



جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة  
بمواقعها على شبكة الانترنت

**Patterns and Motives of Exposure of Jordanian Readers To  
Daily Printed newspapers compared to their Sites on the  
Internet**

إعداد الطالب

ربيع نايف نيايات

بإشراف

د. عزام عنانزة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

في جامعة اليرموك

٢٠١٥/٢٠١٤

## التفويض

أنا الطالب: ربيع نايف ذيابات

أفوض جامعة اليرموك بتزويد رسالتي للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو  
الأشخاص عند طلبها.

الاسم: ربيع نايف ذيابات

التوقيع: .....

التاريخ / / ٢٠١٥

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة بعنوان: أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية  
الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الإنترنت

وأجيزت بتاريخ / / 2015

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا ومشرفا .....

عضوا .....

عضوا .....

د. عزام عاترة

د. علام الدين خليفة الدليمي

د. محمود المساميري

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

## الإهداء

بعد شكر الله وحمده، حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه لتوفيقني في إنجاز هذا العمل.

أهدي هذه الرسالة والجهد والعمل المتواصل

إلى

والدي العزيز أطلال الله في عمره وأدامه ذخراً وسنداً لي

إلى

أمي الغالية ..... أطلال الله في عمرها

إلى

أخوتي وأخواتي الأعزاء

إلى أصدقائي الأعزاء إليهم جميعاً أهدي خلاصة جهدي وعملي..... سائل الله تعالى أن يكون هذا

العمل داعماً للبحث العلمي والمعرفة.

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

## الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه

أجمعين، وبعد . . . . .

بداية أشكر الله سبحانه وتعالى الذي أكرمني وأعانني على إعداد البحث العلمي، والشكر

موصول لمعلمي الفاضل الدكتور عزام العنانزة ، الذي ساعدني واشرف على إعدادي للرسالة بكل

إخلاص وأمانه ووقف بجانبني وأرشدني ووجهني للصواب ولم يتوان لحظة واحدة عن تقديم العلم والفائدة

لي.

كما اشكر الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة المكونة من الدكتور علاء الدليمي رئيس

قسم الصحافة ورئيس لجنة الدراسات العليا في كلية الإعلام والدكتور محمود السماسيري على جهودهم

وتوجيهاتهم للإثراء هذه الرسالة.

## قائمة المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
أ	التفويض
ب	قرار لجنة المناقشة
ج	الإهداء
د	الشكر والتقدير
هـ	قائمة المحتويات
ز	قائمة الجداول
ط	قائمة الملاحق
ي	ملخص الرسالة باللغة العربية
ل	ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
١	المقدمة
٥	مشكلة الدراسة
٥	أهمية الدراسة
٦	أهداف الدراسة
٦	أسئلة الدراسة
٧	فرضيات الدراسة
٨	التنظير التي تستند عليها الدراسة
١٤	مصطلحات ومفاهيم الدراسة
١٥	الدراسات السابقة
٢٠	نوع الدراسة
٢١	منهجية الدراسة
٢١	مجتمع الدراسة
٢١	عينة الدراسة
	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
٢٢	الإطار النظري للدراسة
	الفصل الثالث: نتائج الدراسة الميدانية
٦١	عينة الدراسة
٦٣	صدق الأداة
٦٤	ثبات أداة الدراسة
٦٤	للمعالجة الإحصائية

٦٥	الإجابة عن تساؤلات الدراسة
٨٥	نتائج اختبار فروض الدراسة
٩٩	ملخص النتائج
١٠٣	التوصيات
١٠٤	قائمة المصادر والمراجع

### قائمة الجداول

رقم الصفحة	المحتوى
٦١	توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية
٦٢	توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت
٦٢	توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير امتلاك جهاز حاسوب متصل بالانترنت
٦٣	توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير إجابة التعامل مع الكمبيوتر
٦٤	معلومات كرونيخ ألفا الخاصة بمجالات الدراسة والأداة لكل
٦٥	توزيع أفراد العينة تبعاً لقراءة الصحف الورقية اليومية الأردنية ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٦٦	توزيع أفراد العينة تبعاً للصحف التي يقرأها العينة ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٦٧	توزيع أفراد العينة تبعاً لانتظام العينة في شراء الصحف اليومية ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٦٨	توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى تأثير الاعتماد بزيارة مواقع الصحف على شراء الصحف اليومية للورقية ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٦٨	توزيع أفراد العينة تبعاً لشراء الصحف الورقية اليومية الأردنية ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٦٩	توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى المواقفة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٧٠	توزيع أفراد العينة تبعاً لعدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت خلال أسبوع ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٧١	توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية للورقية ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٧٢	توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٧٣	توزيع أفراد العينة تبعاً لبداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٧٤	للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبطة ترتيبياً بتتاليا لفقرات مجال "الأسباب التي تجلب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت" والمجال ككل
٧٦	توزيع أفراد العينة تبعاً للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٧٧	توزيع أفراد العينة تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية ومرتبطة ترتيبياً بتتاليا
٧٨	للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبطة ترتيبياً بتتاليا لفقرات مجال "الإشباع المتحققة



	من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت والمجال ككل
٨٠	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً لفقرات مجال "الإشبياعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" والمجال ككل
٨٢	توزيع أفراد العينة تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها الإلكترونية ومرتبطة ترتيباً تنازلياً
٨٣	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً لفقرات مجال "مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ" والمجال ككل
٨٥	نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس
٨٦	نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر
٨٦	نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي
٨٧	نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي
٨٨	نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس
٨٩	نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر
٨٩	نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي
٩٠	نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي
٩١	نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت
٩٢	نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل
٩٣	نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير إجادة التعامل مع الحاسوب
٩٤	نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق لدوائر الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس

٩٤	نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر
٩٥	نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي
٩٥	نتائج تطبيق اختبار (scheffe) للمقارنات البعدية لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف تبعاً لمتغير المستوى التعليمي
٩٦	نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي
٩٧	نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الإحصائية بين المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعياً والاشتباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من قراءة الصحف
٩٨	نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الإحصائية بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعياً والاشتباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع

#### قائمة الملاحق

١١١	فقمة المحكمين
١١٢	الإستبلة بصورتها النهائية

## ملخص للرسالة

نيابات، ربيع. أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت، ٢٠١٤: إشراف الأستاذ الدكتور: عزام علقزة.

هفت الدراسة التعرف على أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت، وقد اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباع كإطاراً نظرياً، واعتمدت على منهج المسح للعينة المتاحة العددية، وطبقت أداة الدراسة (الاستبيان) على الجمهور الأردني الذي يستخدم الصحف اليومية الورقية الأردنية، وقد بلغ عدد أفراد العينة (٢٠٠) فرد من جمهور مدينة لربد.

وقد توصلت للدراسة أنما نسبته (٥٨,٥%) وهم الأكثر تكراراً من الأشخاص الذين يقرؤون الصحف (الصحف الورقية ومواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت) الاثنان معاً، وأن صحيفة الرأي هي الصحيفة الأكثر تكراراً التي يقوم الجمهور بقراءتها ويلبها صحيفة الدستور.

وأن الأسباب التي تجذب الجمهور لزيارة مواقع الصحف على الانترنت كان أعلاها لسبب "الحصول على أحداث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة" وبدرجة مرتفعة. وبرز الموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت هي "الموضوعات السياسية".

كما كشفت الدراسة أن من أبرز الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت هو "تعزيز الآراء السياسية" وأن أبرز الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية هي "معرفة آخر الأحداث والتطورات" وبدرجة مرتفعة، يليها "اعتبار المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين" وبدرجة مرتفعة أيضاً.

وفي ضوء النتائج أوصت الدراسة بضرورة إجراء المزيد من الدراسات حول أنماط وعادات قراءة الصحف وزيارة مواقعها على شبكة الإنترنت. وعلى الصحف المطبوعة إجراء المزيد من الدراسات لتلبية احتياجات ورغبات القراء، وأن تطور من مواقعها على الإنترنت بحيث يكون هناك اختلافاً بين الصحف في شكلها على مواقع الإنترنت، وتكون وتحقق رغبات جمهور للقراء.

الكلمات المفتاحية: الأنماط، الدوافع، الجمهور، الصحف اليومية الورقية الأرنئية، شبكة الإنترنت.

## **Abstract**

**Thyabat, Rabee' .Patterns and Motives of Jordanian Audience Exposure to Daily Printed Newspapers compared to their Online Websites) (2014) (Supervised by: Dr. Azzam Ananzeh)**

This study aimed at identifying the patterns and motives of Jordanian audience exposure to daily printed Newspapers compared to their online websites. This study relied on the theory of uses and gratifications as a theoretical framework, and employed purposive convenience sampling method. The tool of the study, which is the questionnaire, was applied to the audience of Jordanian newspapers from the governorate of Irbid.

The main results of the study indicate that (58.5%) of the individuals read both (printed newspapers and websites of printed newspapers), and those are the most frequent. The results showed that Al-Rai newspaper is the most frequently read the audience, followed by Addustour newspaper.

The reasons which attract the audience towards visiting the newspapers' websites included "Getting the latest news and knowing about new events" which was the most frequently cited reason and with a high degree. Concerning the topics which the audience follow on websites, politics was the most frequently cited topic.

Concerning the gratifications achieved through reading the newspapers on their websites, the study found that the highest frequent gratification was related to "enhancing political attitudes", and that the main gratifications achieved through reading printed newspapers was related to gratifying the need for "knowing the latest events and developments", followed by that "news items are the basis of interaction with others".

Based on the results, the study recommended the necessity of conducting more studies on the patterns and habits related to reading printed newspapers and visiting their websites. Printed newspapers ought to conduct more studies aiming at satisfying the needs of the readers, and to develop their websites so that a difference between the forms of printed

newspapers and their websites is created in and so they can satisfy the needs of their readers and audiences.

Key terms: Patterns, Motives, Audience, Jordanian Printed Daily Newspapers, the Internet.

شهد العالم في السنوات الأخيرة نمواً متزايداً للثورة التكنولوجية الرقمية مما أدى إلى خلق منافسات كبيرة خاصة في مجال الإعلام والاتصال. وقد أدت هذه الثورة المعلوماتية إلى تغير الكثير من عادات وسلوكيات الأفراد وأسلوب معيشتهم، مما فتح المجال أمام واقع إعلامي جديد قد بدأ بفرض نفسه على المساحة الإعلامية والصحفية، وذلك بفضل الشبكة العنكبوتية العالمية (الانترنت) التي أتاحت للجماهير نوعاً جديداً من الخدمة الصحفية والإعلامية بقوالب الكترونية غير متعارف عليها في الصحف الورقية التقليدية.

وقد شهدت الصحافة تطوراً هائلاً وكبيراً في القرن العشرين، ورغم ما تعانيه الأزمة العالمية للصحافة الورقية المطبوعة من انخفاض في الإيرادات، وانخفاض مستوى التوزيع، وتدنّي نسبة المعلنين، إلا أن الصحافة الالكترونية لم تستطع الحلول (بشكل كامل) محل للصحف الورقية المطبوعة، والتي تقوم بجمع الأخبار والمعلومات، واستقصاء الحقائق وتحريرها (المطيري، ٢٠١١: ص ٢).

وفي ظل التطور التكنولوجي الذي نعيش، لم تعد الصحافة الورقية هي المصدر الوحيد لمعرفة الأخبار والمعلومات والحقائق حول مختلف الأحداث وتداعياتها، بل ظهرت الصحافة الإلكترونية حديثاً لتشكل ظاهرة إعلامية جديدة ارتبطت مباشرة بعصور ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ليصبح المشهد الإعلامي والاتصالي الدولي أكثر انفتاحاً وسعة حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع من القراء دونما تعقيدات للصحافة الورقية وموافقة الناشر في حدود معينة وبذلك اتسعت الحريات الصحفية بشكل غير مسبوق، بعد أن أثبتت الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها على تخطي الحدود الجغرافية بيسر وسهولة (العتيبي، ٢٠٠٥: ١).

وتتسم الصحافة الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة، حيث أكدت معظم الأبحاث والدراسات على أنها أصبحت وسيطاً إعلامياً جماهيرياً، إذ مكنت كافة الأفراد والمؤسسات من إرسال واستقبال للمعلومات عبر أي مسافة، وفي أي وقت، وفي أي مكان (تريان، ٢٠٠٨: ١٢٨). ويمكن القول إنَّ الإعلام الإلكتروني يتميز ببعض الخصائص كالتنوع الشديد في الوسائل والمواقع الإعلامية، حيث أتاحت شبكة الإنترنت إنشاء صحف متنوعة ذات حجم غير محدد نظرياً، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام. كما يتم الإعلام الإلكتروني بالمرونة في استعراض وانتقاء الوصول الآلي، وتحليل البيانات والمعلومات الموجودة على شبكة الإنترنت (أمين، ٢٠٠٧: ٩٢).

ورغم ما تمتاز به الصحافة الإلكترونية من خصائص وميزات تجعلها منافساً قوياً للوسائل التقليدية الأخرى وخاصة الصحف الورقية، إلا أن هذه الوسيلة لها سلبيات أيضاً، إذ أن قراءة تلك الصحف صعبة ومرهقة (الفصيل، ٢٠٠٦: ١٢٥).

تتمتع الصحافة الإلكترونية بفائض من الحرية، وبهامش واسع من التعبير، كما أنها الأوسع انتشاراً والأكثر متابعة لقدرتها للوصول للقارئ في أي نقطة من الكرة الأرضية، لكن هذا الفائض من الحرية في التعبير، لا يعني أن استخدامها خلّو من أي التزام، فهناك التزامات تقع على عاتق مستخدم هذه الصحافة من خلال ما ينشره أو يعرضه، كاحترام كرامة الإنسان وخصوصية الأفراد والامتناع عن انتهاكها بأي صورة من الصور، فهذه الحرية ليست مطلقة فهناك أخلاقيات مهنة الصحافة، التي تحكمها في الأساس أخلاق عامة، مثل الصدق والشرف والنزاهة، والغرض منها في النهاية هو تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح خدمة المجتمع وقضاياها (خالد ومحمد، ٢٠١١: ٢١١-٢١٢).



وتحقق الصحف اليومية الورقية والإلكترونية أحد أشكال الإعلام المهم لتحقيق أهدافاً عديدة، لذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على دوافع وأنماط تعرض طلبة جامعة اليرموك للصحف اليومية الورقية الأردنية، مقارنة بمواقعها على شبكة الإنترنت.

تضمن الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة والفصل الثاني تناول الإطار النظري للدراسة ويشتمل على ثلاثة مباحث:- المبحث الأول: تناول موضوع الصحف الورقية الأردنية، أما المبحث الثاني: للصحافة الإلكترونية على الإنترنت، المبحث الثالث: أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الإنترنت.

أما الفصل الثالث فقد تضمن على نتائج الدراسة الميدانية واستعرض من خلاله الباحث نتائج إجابات المبحوثين على تساؤلات الدراسة ونتائج اختبار فروض الدراسة. ومن أجل إثراء البحث وتغطية العديد من الجوانب في موضوعات الإعلام الجديد، يقترح للباحث ما يلي:

١. ضرورة القيام بإجراء دراسات متشابهة لهذه الدراسة، على شرائح للمجتمع المختلفة وبيان الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدامات الصحف الورقية ومواقعها على شبكة الإنترنت.

٢. تشجيع البحث العلمي والدراسات الخاصة بالإعلام الجديد وخاصة الشبكات الاجتماعية والعمل على إدراجه ضمن المساقات التي تدرس في كليات الاتصال والإعلام في الوطن العربي.

## الفصل الأول

### الإطار المنهجي للدراسة

- مشكلة الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسئلة الدراسة
- فرضيات الدراسة
- النظرية التي تستند عليها الدراسة
- مصطلحات ومفاهيم الدراسة
- الدراسات السابقة
- مناقشة الدراسات السابقة وسبل الاستفادة منها
- نوع الدراسة
- منهجية الدراسة
- مجتمع الدراسة وعينتها

## مشكلة الدراسة:

فرضت وسائل الإعلام الالكترونية ولا سيما الصحافة الالكترونية منها وجودها في واقع وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، فلم يعد بإمكان الفرد متابعة ومعرفة ما يحدث في العالم من حوله من خلال متابعة الصحف الورقية المطبوعة فحسب، وإنما أصبح بإمكانه قراءة ومتابعة هذه الصحف من خلال زيارة مواقعها على شبكة الانترنت، والحصول على المعلومات والأخبار في أي وقت وبأقل جهد وتكلفة.

وتتمحور مشكلة هذه الدراسة في التعرف على أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت.

## أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية: تبرز الأهمية العلمية للصحافة بأنها مرآة مجتمع بوجه عام، حيث تعكس قضايا ومشاكله والإحداث التي تجري حوله، من خلال سعيها إلى معرفة مكانة الصحافة بشكلها التقليدي المعروف (الصحافة الورقية)، وشكلها الحديث (الصحافة الالكترونية)، وذلك عبر التعرف على دوافع وأنماط تعرض الجمهور لقراءة هذه الصحف من خلال شبكة الانترنت.

الأهمية العملية: تأتي أهمية الدراسة العملية في تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية، والتي تعد الركيزة الأساسية، وعنصر النجاح الرئيس لتقدم وتطور أي مجتمع، إضافة لدورها المستقبلي المهم في بناء الأمة بوجه عام.

## أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف العام للدراسة في التعرف على دوافع وأنماط تعرض الجمهور الأردني للصحف اليومية الأردنية الورقية بمواقعها على شبكة الانترنت، وينبثق من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل فيما يلي:

1. التعرف إلى أهم الصحف التي يقوم المبحوثين بقراءتها.
2. التعرف على مدى انتظام المبحوثين في شراء الصحف اليومية.
3. التعرف على مدى تأثير الاعتياد على زيارة مواقع الصحف على التعرض للصحف اليومية الورقية.
4. مدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية.
5. التعرف إلى أهم الأسباب التي تجذب المبحوثين للتعرض لمواقع الصحف اليومية على الانترنت.
6. التعرف إلى أهم الموضوعات التي يهتم المبحوثين بمتابعتها على مواقع الصحف اليومية الأردنية.
7. التعرف إلى أهم أسباب عدم قراءة المبحوثين للصحف الورقية.
8. التعرف على أهم الإشباعات المتحققة للمبحوثين من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت.

## تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما هي الصحف التي يقوم المبحوثين بقراءتها؟
2. ما مدى انتظام المبحوثين في شراء الصحف اليومية؟

٣. ما مدى تأثير الاعتماد على زيارة مواقع الصحف على التعرض للصحف اليومية

الورقية؟

٤. ما مدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية؟

٥. ما عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت خلال أيام الأسبوع؟

٦. ما مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية؟

٧. ما مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف اليومية؟

٨. ما الأسباب التي تجذب للباحثين لمواقع الصحف على الانترنت؟

٩. ما الموضوعات التي يهتم للباحثين بمتابعتها على هذه المواقع؟

١٠. ما أسباب عدم قراءة الباحثين للصحف الورقية؟

١١. ما الإشباعات المتحققة للباحثين من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة

الانترنت؟

١٢. ما الإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: لا يختلف معدل قراءة الجمهور للصحف المطبوعة باختلاف متغيراتهم

الديموغرافية.

الفرضية الثانية: لا يختلف معدل زيارة الجمهور لمواقع الصحف على الانترنت باختلاف

متغيراتهم الديموغرافية.

الفرضية الثالثة: لا يختلف معدل زيارة الجمهور لمواقع الصحف على الانترنت بامتلاك جهاز حاسوب محمول أو بتوافر جهاز حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل بينما يختلف معدل زيارة الجمهور لهذه المواقع باختلاف مدى إجادتهم للتعامل مع الحاسوب.

الفرضية الرابعة: تختلف دوافع الجمهور لزيارة مواقع الصحف باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

الفرضية الخامسة: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائية بين المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعياً والاشباعات التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من قراءة الصحف.

الفرضية السادسة: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائية بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعياً والاشباعات التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع.

النظرية التي تستند عليها الدراسة:

#### نظرية الاستخدامات والاشباعات

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منظمة. فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام (مكاوي والسيد، ١٩٩٨، ٢٣٩).

ويقدم نموذج الاستخدامات والاشباعات مجموعة من المفاهيم والشواهد التي تؤكد على أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والجغرافية والشخصية،

وتجدر الإشارة بأن منظور الاستخدامات والاشباكات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النظرية الخمسة ما يلي (مكاوي والسيد، ١٩٩٨، ٢٤١):

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل للتفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى للرسائل فقط.

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباكات ثلاثة أهداف رئيسية، وهي (مكاوي والسيد، ١٩٩٨، ٢٤٣):

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال، فهم عملية الاتصال الجماهيري.

أشارت عدد من الدراسات إلى أن نظرية الاستخدامات والاشباع يمكن من خلالها دراسة التفاعل بين الوسائل الجديدة والوسائل التقليدية للاتصال والإعلام، وتعود جذور هذه النظرية إلى منتصف الأربعينيات من القرن العشرين، كما تم تطويرها في الستينيات والسبعينيات. وتأتي هذه النظرية كبديل لنظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام، وهي تنادي بفاعلية ونشاط الجمهور الذي يمكنه من اختيار الوسيلة والمضمون والوقت الذي يريده ويتناسب مع رغباته ودوافعه. وقد لخص كل من بلمر وكاتز في كتابهم الكلاسيكي الأسس التي بنيت عليها هذه النظرية أن الأسس الاجتماعية والنفسية للمتلقي مبنية على الاحتياجات التي تولد توقعات من وسائل الإعلام أو غيرها من المصادر والتي تقود إلى أنماط مختلفة من التعرض لهذه الوسائل، مما يؤدي إلى إشباع لتلك الحاجات وإلى نتائج أخرى ربما لا تكون مرغوبة (Blumler & Katz, 1974).

إن دخول وسيلة إعلامية أو اتصالية جديدة يؤثر بلا شك على استخدامات الوسائل التي سبقتها. وعادة ما تستدعي هذه الوسائل الجديدة اهتمام الباحثين لمعرفة تأثير الوسيلة الجديدة على الناس عامة أو شرائح معينة من المجتمع. وتوجد في أدبيات الإعلام عدد من الدراسات الكلاسيكية التي تصب في هذا الإطار. وأول هذه الدراسات ما يعرف بدراسات بيند Payne Fund التي تمت في نهاية العقد العشريني من القرن العشرين عن تأثير السينما، التي كانت في ذلك العهد وسيلة رئيسية على الشباب، كما أن دراسة الدكتور فردريك ورثام عن تأثير الرسوم الكاريكاتورية تعد دراسة أخرى مهمة من ضمن دراسات للتأثير وكذلك دراسة التلفزيون والعنف لدى الناس (Surgeon General, 1972).

وقد رأى الكثير من الباحثين ويعتقد الكثير من الناس أن التلفزيون هو الوسيلة الأكبر تأثيراً على حياة الناس، إلا أن الواقع الحالي الذي نشاهده ونعيشه اليوم بدخول الكمبيوتر



والإنترنت هو التغيير الحقيقي في الحياة البشرية. وإن دخول واستخدامات الكمبيوتر والإنترنت تعد أهم تأثيراً وأشد نفوذاً على المجتمع من دخول التلفزيون وربما يرى البعض أن تأثير هذه الوسائل الجديدة ينبغي مقارنتها فقط بالثورة الصناعية أو اختراع الطباعة وليس بالتلفزيون، ويتركز تأثير التلفزيون على الترفيه بينما تأثير الكمبيوتر يمتد إلى جانب ذلك إلى المدرسة والعمل واللعب والأسرة والعلاقات الاقتصادية.

أما بخصوص استخدامات الإنترنت من قبل المؤسسات الإعلامية الأخرى فقد شهدت السنوات الماضية تزايداً كبيراً في التحول الإلكتروني للصحف حيث تضاعفت أعداد الصحف الإلكترونية (الصحف ذات الطبعات الإلكترونية). فقد شهد عقد التسعينيات زيادة سنوية في أعداد الصحف والمجلات التي اتخذت لها مواقعاً على الشبكة العنكبوتية (www). فقد قدر لاي (Li,1998) أن ثلاثة أرباع للصحف الأمريكية قد صدرت بطبعات إلكترونية وأن حوالي أربعة آلاف صحيفة دولية ذهبت إلى نفس الاتجاه. وبرر هوفجز (Hoefges,1998) هذا الاندفاع نحو تأسيس مواقع للصحف على شبكة الإنترنت إلى الانخفاض في توزيع الصحف ومحاولة القائمين على تلك الصحف اللحاق بركب التكنولوجيا الجديدة.

وربما بموضوعية أكثر يرى سنجر (Singer,1997) أن تحول الصحافة نحو الطبعات الإلكترونية بأعداد كبيرة يأتي في تحرك هجومي ودفاعي في نفس الوقت. فيرى أن للصحف تنظر إلى أن التكنولوجيا الجديدة قد فتحت آفاقاً جديدة للتواصل مع القراء عبر أندية ووسائل جديدة. وفي نفس الوقت يرى سنجر أن هذا التحول يعد بمثابة محاولة دفاعية من القائمين على الصحافة إلى استعادة المفقود من قرائهم المعتادين لطبعاتهم الورقية.

وقد أكد كارتز katz وهو أحد رواد مدخل الاستخدامات والاشتباعات أن استخدام وسائل الاتصال يتضح بصورة واضحة حينما توجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل،

لا حينما نهتم بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور، حيث يسعى مدخل الاستخدامات والاشباعات إلى تحقيق الأهداف الآتية (Sanjit, 2007: 45):

- ١- معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام على افتراض أنه جمهور نشط يختار ويستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته.
  - ٢- معرفة دوافع الجمهور المراد إشباعها من خلال وسائل الإعلام أو وسيلة معينة.
  - ٣- الحصول على نتائج تساعد في الفهم الأعمق لعملية الاتصال.
- ويعتمد مدخل الاستخدامات والاشباعات على الفروض الآتية (Katz, 1974: 510):
- ١- أن جمهور المتلقين هو جمهور إيجابي نشط في استخدامه لوسائل الإعلام، وهو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة يحددها الأفراد.
  - ٢- يملك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
  - ٣- تختلف درجة إشباع الحاجات المختلفة وفقاً لاختلاف وسائل الإعلام.
  - ٤- أن الجمهور وحده القادر على تقدير وتحديد حاجاته واهتماماته، وبالتالي يختار الوسائل والمضامين التي تشبع هذه الاحتياجات.
  - ٥- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في أي مجتمع من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة، وليس من خلال محتوى الوسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

وتنقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما (عبد العزيز، ١٩٩٩: ١٣٢):

- ١- دوافع نفعية (Instrumental Motives) معرفية: وتعني التعرض لوسيلة معينة ومضمون معين بهدف إشباع الحاجات من المعلومات والمعرفة لتحقيق منفعة شخصية تتمثل

في الحصول على المعارف المتنوعة في مجالاتها، وكذلك دوافع اجتماعية تتمثل في السعي إلى إقامة علاقات اجتماعية مع أشخاص جدد، والحرص على التواصل والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا والتخلص من الشعور بالعزلة الاجتماعية.

٢- دوافع طقوسية (Ritualized Motives) وتعني التعرض للوسيلة بغض النظر عن المضمون بهدف تضييع الوقت والتسلية والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات اليومية.

أما الإشباعات فتقسم إلى (44: Sanjit, 2007):

#### ١- إشباعات المحتوى، Content Gratifications

وتنتج من التعرض لمحتوى وسائل الاتصال وينتج عنها نوعان من الإشباعات كالتالي:

أ- الإشباعات التوجيهية Orientation Gratifications : ويقصد بها الحصول على المعلومات وتأكيد الذات وزيادة المعرفة ومراقبة البيئة وهي ترتبط بكثافة التعرض، والاهتمام والاعتماد على وسائل الاتصال.

ب- الإشباعات الاجتماعية Social Gratifications : ويقصد بها الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية، حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم من خلال تحقيق إشباع مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين.

ج- إشباعات عملية Process Gratifications : وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل.

## ٢- اشباعات المضمون وتنقسم إلى:

أ- الاشباعات شبه التوجيهية Para Orientation، وهي التي تشمل حصول المتلقي على الشعور بالراحة والسعادة والاسترخاء وتمضية الوقت نتيجة التعرض للوسيلة.

ب- الاشباعات شبه الاجتماعية Para Social، وهي التي تشمل اندماج المتلقي وتأثره بالشخصيات التي يشاهدها والتخلص من الشعور بالوحدة والحصول على صحبة بديلة، والتحرر العاطفي وتزويد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

وطبقاً لنظرية الاستخدامات والاشباعات ثمة اشباعات عدة تحققها وسائل الإعلام لجمهورها كاشباعات المحتوى التي تعرضها هذه الوسائل، وإشباعات العملية الاتصالية عبر الحصول على المعلومات والتسلية وقضاء وقت الفراغ والهروب، وإشباع حاجات التفاعل الاجتماعي والإثارة، ومعرفة ما يفعل الناس في المواقف المختلفة.

كذلك عن طريق هذه النظرية فإننا نستطيع تفسير للتغير في سلوك استخدام وسائل الاتصال نحو تبني تكنولوجيا الانترنت الجديدة، التي تمكن الجمهور من إشباع احتياجاته ولا سيما أن الجمهور يستخدم الانترنت للاسترخاء والتسلية وقضاء الوقت، أو للحصول على المعلومات، وهي الاشباعات ذاتها، التي كانت تحققها، ولا تزال وسائل الإعلام التقليدية ولكن بدرجة أقل للخاصة (النل، ١٩٨٧: ١٤٦).

### مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

- الصحافة هي فن تسجيل الوقائع اليومية وانتظام وذوق سليم الاستجابة لرغبات الرأي العام وتوجيه الاهتمام بالجماعات البشرية وتناقل أخبارها". وعرفت المادة الثانية قانون

للمطبوعات والنشر لعام ١٩٩٨ للصحافة، بأنها مهنة إعداد المطبوعات الصحفية وإصدارها وإذاعتها (بطارسة، ٢٠٠٦: ص ١٥٦).

• الصحافة الورقية: "هي عبارة عن إصدار يحوي على أخبار ومعلومات وإعلانات تطبع على ورق زهيد الثمن عادة". (عليان، ٢٠١٠، ص ٢٦٧).

• الصحافة الإلكترونية: "هي جمع وإعداد وتحرير الأخبار، وفق كتابة مصممة للانترنت وبثها عبر الأقمار الصناعية وكبيلات الاتصال، وهي الصحافة للممارسة على شبكة الانترنت" (الدليمي، ٢٠١١: ص ١١٨).

• الصحف اليومية الأردنية: ويقصد بها الباحث الصحف الورقية أو المطبوعة والتي تصدر يوميا بشكل منتظم في الأردن، سواء كانت ملكيتها (عامة، خاصة).

• مواقع التعرض: ويقصد بها الباحث، تلك الأسباب التي تدعو الجمهور الأردني لاستخدام الصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بزيارة مواقع هذه الصحف على شبكة الانترنت.

• شبكة الإنترنت: وهي الشبكة شبكة لتصالات عالمية تسمح بتبادل المعلومات بين شبكات أصغر تتصل من خلالها الحواسيب حول العالم. تعمل وفق أنظمة محددة ويعرف بالبروتوكول الموحد وهو بروتوكول إنترنت.

#### الدراسات السابقة

قام الباحث بالاطلاع على الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع الدراسة، فقد تم الحصول على مجموعة من الدراسات، وفيما يأتي عرضاً لهذه الدراسات وفقاً لتسلسلها الزمني من الأحدث إلى الأقدم:

## الدراسات العربية:

دراسة المطيري، حماد (٢٠١١)، بعنوان "اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية، واعتمدت على المنهج المسحي المقارن، وقد تم اختيار العينة من مجتمع الدراسة بطريقة العينة العشوائية، حيث بلغ حجم العينة (٤٢٠) مفردة من طلبة جامعتي الكويت، وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا، وخلصت الدراسة أن المنزل هو المكان المفضل للإطلاع على الصحف الورقية، حيث تتوفر كل مقومات الراحة والهدوء والوقت الكافي للمطالعة، بينما بلغت نسبة من يطالع الصحافة الورقية الكويتية نتيجة التنافس الكبير بينها وبين الصحف الإلكترونية، ويرى أفراد العينة أن مستوى مستقبل الصحافة الإلكترونية كان متوسطاً. كما انتهت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجالات دوافع وأسباب قراءة للصحافة الإلكترونية بالنسبة لمتغير الجنس لصالح الذكور.

دراسة الخطيب، أحمد (٢٠١١)، بعنوان "الصحافة الورقية بين الانحسار والاستمرار"، هدفت الدراسة إلى بيان نتائج الاستخدام والتعرض للصحافة الورقية من قبل الصحفيين والإعلاميين الأردنيين، ودوافعهم في ذلك، وانعكاس هذا التعرض على مستقبل الصحف الإلكترونية. وقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إن أهم دوافع تعرض الصحفيين والإعلاميين للصحافة الورقية كان دافع الوقوف على آخر الأخبار، كما توصلت الدراسة إلى أهم مميزات الصحافة في كونها بالعلاقة القوية بينها وبين القارئ ولسنوات طويلة، وذلك حسب ما أفاد به ما نسبته (٨٧,٩%) من أفراد العينة. وأظهرت الدراسة أن الصحافة اليومية ملائمة لأفراد عينة الدراسة بنسبة بلغت (٩٠,٥%).

دراسة العنانزة ودرويش (٢٠٠٩) بعنوان: أنماط ودوافع تعرض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية الأردنية المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الإنترنت، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط ودوافع طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف الأردنية اليومية المطبوعة الصادرة باللغة العربية سواء في شكلها الورقي المطبوع أو من خلال زيارة مواقعها على الإنترنت. أجريت الدراسة على عينة من طلاب كلية الإعلام تمثلت في ١٧١ مفردة وهو ما يعادل ثلث مجتمع الدراسة. تم استخدام نظرية الاستخدامات والاشبعات في هذه الدراسة للتعرف على نوعية الاشبعات التي تحققها قراءة الصحف أو زيارة مواقع هذه الصحف للطلاب. وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٧٨,٩% من الطلاب يزورون مواقع هذه الصحف مقارنة بـ ٧٢,٥% يقومون بقراءة هذه الصحف في شكلها الورقي وأن زيارة مواقع هذه الصحف قد أثرت بالفعل على شراء الصحف المطبوعة، وأظهرت النتائج أن نسبة ٧٢,٥% من الطلاب عينة الدراسة يقومون بقراءة الصحف المطبوعة مقارنة بنسبة ٧٨,٩% يزورون مواقع هذه الصحف على الإنترنت. وأن زيارة مواقع الصحف تستحوذ على نسبة أكبر من قراءة هذه الصحف المطبوعة، وأظهرت النتائج أن صحيفة الرأي تأتي في المرتبة الأولى من حيث نسبة قراءة الطلبة لها في شكلها المطبوع بنسبة ٥٣,٨%، وأظهرت أيضا أن نسبة ٢١,١% لا تشتري الصحيفة بواقع ٣٦ مفردة وهذا يعني أن نسبة ٧٨,٩% فقط هي التي تشتري الصحف بواقع ١٣٥ مفردة. وأن نسبة ٥٠,٤% ترى أن زيارة مواقع الصحف قد قللت من قراءة للصحف المطبوعة وتبين أن نسبة ٦٣,٧% من عينة الدراسة لم تعد تقوم بشراء الصحيفة المطبوعة كما كانت تفعل قبل اعتياد زيارة هذه المواقع، وأن نسبة ٤٦,٨% من الطلاب تواجههم صعوبات في الحصول على الصحف اليومية المطبوعة تمثلت في أنها لا تصل إلى المكان الذي يعيشون فيه ٢٦,٩% أو أنها تصل

في أوقات متأخرة ٨,٢% وأن سعرها بنسبة ١,٨%. كما تبين أن الإشباعات الخاصة بقراءة الصحف أو زيارة مواقعها لا تختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية وتبين أن درجة إجابة الكمبيوتر تؤثر على معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف.

دراسة الرجائي، عبيد، بعنوان "استخدمت الصحافة الالكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الصحفيين والإعلاميين للصحافة الالكترونية، ودوافع تعرضهم لها، والتعرف على مزايا الصحافة الالكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية في الدولة الأردنية من وجهة نظرهم. وتكون مجتمع الدراسة من (٥٠٠) مفردة من العاملين في مجال الأخبار في صحف (الرأي، الدستور، الغد، العرب اليوم، ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون)، وقد تكونت عينة الدراسة من (٢٥٠) مفردة من مجتمع الدراسة، تم تقسيمهم مناصفة بين الذكور والإناث. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وذلك باستخدام منهج المسح بالعينة وتطبيقه على عينة الدراسة. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن الصحفيين والإعلاميين يستخدمون الصحافة الالكترونية يوميا أكثر من خمس سنوات، ويتعرضون لها في العمل حسب الظروف، وأثناء النهار، كمؤشر لمتابعة الأخبار، ويفضلون الصحف العربية المنشورة على المواقع باللغة العربية. واحتلت الصحافة الالكترونية الترتيب الأول كأفضل وسيلة في الحصول على الأخبار لدى أفراد عينة الدراسة، تلتها في الترتيب الثاني الصحف الورقية المطبوعة. وأظهرت نتائج الدراسة أن دوافع للتعرض للصحافة الالكترونية كانت دوافع نفعية تتمثل بالمعرفة. وتمتاز الصحافة الالكترونية على الصحف الورقية بإمكانية التحديث المستمر والمباشر في نقل الأخبار، بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد. كما سهلت الصحافة الالكترونية للمشاركة في



طرح الآراء، وأثرت على الصحف الورقية باتساع حرية الرأي والتعبير، ولم تؤدي إلى انخفاض عدد قراء الصحف الورقية اليومية في الأردن.

دراسة العكسر والشهري (٢٠٠٣): بعنوان "اتجاهات الصحفيين نحو مستقبل الصحافة في عصر الإنترنت". هدفت الدراسة إلى استشراف مستقبل الصحافة المطبوعة في السعودية في عصر الانترنت من وجهة نظر الصحفيين السعوديين للعاملين بالصحف السعودية المطبوعة ذات الطبعات الالكترونية، ومن أهم نتائج الدراسة: أن الصحفيين السعوديين أفراد عينة الدراسة، يتبنون اتجاهات ايجابية نحو قدرة الصحافة المطبوعة في جانبي الانتشار واستقطاب المعلّنين بشكل اكبر من الصحف الالكترونية، وقدرتها أيضا على مواجهة المنافسة التي تشكلها التقنيات الحديثة والانترنت. وقد توصلت الدراسة إلى قدرة الصحف السعودية المطبوعة ليس فقط الإبقاء على قرائها بل واستقطاب قراء جدد.

#### الدراسات الأجنبية:

دراسة ( Flavian and Requel Gurrea)، (٢٠٠٦) بعنوان " تحليل سلوك زيارة مواقع الصحف على الانترنت مقارنة بالإطلاع على الصحف الورقية". هدفت الدراسة إلى تحليل سلوك زيارة مواقع الصحف على الانترنت مقارنة بالإطلاع على الصحف الورقية المطبوعة، وبلغت عينة الدراسة (٢٥٣) مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن القراءة للحصول على معلومات وأحداث محددة والإطلاع على آخر الأخبار كان له تأثير إيجابي قراءة الصحف على الانترنت من قبل أفراد عينة الدراسة، كما انتهت الدراسة إلى عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عندما تكون القراءة لأغراض التسلية أو الترفيه.

دراسة (Alshehri and Gunter)، (٢٠٠٢) بعنوان " سوق الصحف الالكترونية في العالم العربي". هدفت هذه الدراسة إلى الحصول على معلومات وبيانات أساسية حول قراء

الصحف الالكترونية، والتعرف على آراء القراء في هذه الاصدارات الالكترونية، ومدى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها، بهدف توصيف وضع السوق العربي أمام هذه المطبوعات، حيث أجرى الباحثان مسح الكتروني، وأظهرت النتائج: وجود ضعف في البيئة التحتية والاماسية لشبكات الاتصالات، إضافة إلى بعض العوائق الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي أدت إلى تأخير الاستفادة من الانترنت. وجدت الدراسة أن الصحف العربية الورقية قد انتهت إلى انه من غير الممكن تجاهل شبكة الانترنت بالرغم من غياب التخطيط للواضح ودراسة الجدوى، وعدم وضوح مستقبل الصحافة الالكترونية. وأظهرت نتائج الدراسة إن اغلب قراء الصحف الالكترونية كانوا من الشباب وتحديدًا من الذكور، كما كشفت الدراسة إلى أن ما يزيد على نصف العينة يقرون بأنهم يتصفحون الصحف الالكترونية بشكل يومي، حيث يعزو قراء الصحف الالكترونية سبب رضاهم وإقبالهم على الصحف الالكترونية إلى أسباب عدة، أهمها (متوفرة طوال اليوم، لا تحتاج إلى دفع رسوم، إمكانية متابعتها من أي مكان وفي أي وقت).

#### نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية والتي تستهدف دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها، وعلاقاتها والعوامل المؤثرة فيها، كما يقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدد فترات، وذلك بهدف التعرف على الظاهرة أو التحدث من حيث المحتوى والمضمون إلى الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

### منهجية الدراسة:

اتبع للباحث المنهج المسحي لقياس أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت.

### مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من الجمهور الأردني فوق (١٨) سنة الذين يستخدمون الصحف اليومية الورقية الأردنية، أو مستخدمو في نفس التوقيت المواقع الإلكترونية لهذه الصحف أو الاثنين معاً.

### عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من (٢٠٠) فرد من الجمهور الأردني، وتم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة وهي عينة عمدية يصعب تعميم نتائجها، وقد تم اختيار أفراد هذه العينة من جمهور قراء الصحف في مدينة إربد، لأنها تمثل كافة مجتمع الدراسة.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري للدراسة

يتكون هذا الفصل من ثلاث مباحث هي:

المبحث الأول: الصحف الورقية الأردنية

المبحث الثاني: استخدامات الإنترنت كصحف إلكترونية

المبحث الثالث: أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية مقارنة بمواقعها على

شبكة الإنترنت

## المبحث الأول: الصحف الورقية الأردنية

### المقدمة:

لقد انطلقت المرتكزات التي قامت عليها الدولة الأردنية في الأساس من الشعارات للطموحة التي طرحتها ثورة العرب الكبرى في العصر الحديث، وهي أفكار للوحدة والحرية والاستقلال.

ولقد عملت الصحافة الأردنية في مسيرتها عبر سبعين عاماً ونيف - أي منذ بدايتها الأولى عام ١٩٢٠ على الدعوة إلى الوحدة الوطنية والعربية القومية، أو من خلال النضال في سبيل القضية الفلسطينية، أو مناجزة المستعمر، والدعوة إلى الحرية والاستقلال، لذا فإن ما تبقى من موضوعات أخرى طرحتها الصحافة، أو تصدت لها وعالجتها، كان منصباً على تفاصيل ذات صلة بالمرتكزات الأولى، كمحاربة التجزئة والائتداب، والدعوة إلى تحرير النفس، وتسييل الضوء ولو بصوت خفيض أحياناً على محاربة الفساد والمحسوبية، وأمور أخرى ذات صلة بالغلاء، ونقص الخدمات العامة والبطالة، والهدف هو تعزيز الاستقلال وتعميق الوحدة واللحمة الاجتماعية، وتفعيل التنمية وتحقيق العدالة الاجتماعية، وعلى الصعيد القومي، تحقيق الوحدة العربية، وإيضاح وجهة نظر الأردن، والدفاع عن مواقفه ومنطلقاته (الموسى، ١٩٩٧: ص١٣).

ولقد هيا المناخ العام الذي ساد في الأردن منذ تأسيسه، الطريق أمام الصحافة لتنمو إدارياً. برعاية الدولة، وذلك اعترافاً بخطورة دورها وأثرها على الرأي العام ونتيجة لتلك الرعاية، والمتابعة من خلال القوانين، ظهرت صحافة موالية تمت من بدليات متواضعة جداً، إلى صحافة مؤسسية، وفي فترات أخرى، إلى صحافة تعددية أو معارضة تسعى لتمثيل أطراف المجتمع كافة، وقد بقيت الصحافة الأردنية غالبية هذه السنوات ملكاً بيد القطاع الخاص،

وأحياناً مختلطة الملكية (للقطاع العام والخاص) تعمل ضمن القوانين الموضوعية، محققة بذلك حدّاً أدنى من التوازن في الحياة العامة لا يرقى بأية حال إلى مستوى السلطة الرابعة التي ظلت تطمح للوصول إليه، وفي مقابل ذلك بقيت وسائل الاتصال الإلكترونية (الإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء) مملوكة من الدولة، ناطقة بوجهة نظر الرسمية.

مستقبل الصحافة الورقية:

لم يعد حصاد «اليوم» وحدة الصحافة الزمنية، فالصحيفة اليومية الورقية ليس في مقدورها منافسة سرعة المواقع الإلكترونية والراديو والتلفزيونات، وأخبار كبرى خوامم الإنترنت في نقل الأخبار. والعوامل وراء أزمة الصحافة الورقية ومشارفتها على لفظ أنفاسها الأخيرة، كثيرة ومركبة، ومنها الابتكارات التكنولوجية وتطور المجتمعات. وبرزت بعض «الحلول» المبسطة، على غرار الاستغناء عن النسخة الورقية ونقل المحتوى كله إلى موقع الصحيفة الإلكتروني الذي لا ينقطع سبل الإقبال عليه وقد يكون مجزياً. ومن الحلول المبسطة كذلك الإبقاء على النسخة الورقية وتجريدها من الصفحات المخصصة «للأخبار الساخنة» التي بلغت مسامع الناس، ونقل هذه الصفحات الخيرية إلى الموقع الإلكتروني؛ وعلى الشبكة تكتمل للصحيفة، فتجمع الأخبار إلى التحقيقات والمقالات النقدية، بينما محتوى النسخة للورقية يُنشر وتبرز المقالات المعمّقة والتعليقات والتحقيقات (نحاس، ٢٠١٣: ١).

ولكن مثل هذه الحلول واهمة وفي غير محلها، وتقوض على الأمد الطويل الصحافة اليومية التي تفقد صفاتها اليومية مع حذف محتواها «الساخن»، وتصير أقرب إلى كتاب «بارد» المحتوى. والتذرع بأنّ الناس سيقراون الجريدة الإلكترونية، إلى التفریط بالنسخة الورقية، يخالف التطور التكنولوجي الذي يحيل إلى المتحف ما كان قبل أشهر قليلة علامة

للجدة والأحدث. وما لا شك فيه أن اللوح الإلكتروني سينضم إلى لائحة الأشياء القديمة، وبلقى مصير الأسطوانة أو جهاز «مينيبل» وهو جهاز يقدم خدمة على الخط مبنية على فيديوتكس يمكن الولوج إليها عبر خطوط الهاتف. تعتبر هذه الخدمة من أنجح الخدمات على الخط التي سبقت الويب. مكنت الخدمة مستخدميها من تنفيذ عمليات الشراء، وحجوزات القطارات، الإطلاع على أسهم البورصة، البحث في دليل الهاتف، والردشة بطريقة مشابهة للردشة التي تتم الآن عبر الإنترنت. ولكن الحل الناجع لا يقتضي إلغاء الأخبار» الساخنة» من النسخة الورقية أو الاستغناء عن هذه، بل صوغ تعريف جديد لمفهوم «الأخبار». ولا يخفى أن لا أحد اليوم في منأى من سيل الأخبار المتواصلة وكل شخص في وسعه بلوغ المعلومات، ولكن التمييز بين الإطلاع على خبر وفهمه واجب، والفرق شاسع بينهما، فالفهم هو صنو إدراك العوامل التي ينسج من اجتماعها الواقع، وشرح طرق شبك المعلومات ومكان ضعفها وقوتها، وتحليل علاقات التشابه أو الاختلاف، ورصد العلاقات السببية بين العناصر واستباق النتائج على اختلاف أنواعها. ولوجه التشبه بين للشرح والجيولوجيا كبير، فهو يميظ للنتام عن طبقات الحادثة وظروفها وسياقها، ولكن الإطلاع السطحي على الخبر هو جمع لمعلومات من كل حذب وصوب من غير رابط (نحاس، ٢٠١٣: ١).

وليس في مقنور صحيفة كبيرة التخنف من دور الفهم، فهي تقدم نفسها على أنها تاريخ (تاريخها وتاريخ قرائها) ومكان (سطح وعمق)، وحيز ثقافي له نظامه وتراتبته و«عالمه» السياسية والعلمية والاجتماعية والبيئية والعلمية والكتبية والموسيقية والرياضية...، وحيز مطبعي يستند إلى نموذج الصحيفة وتوزيعها المواد وسياستها وإيراز المقالة وإرفاقها بصورة وانتخاب العناوين وإيراز للمعنى... وأدوات المعلومات والتواصل على الشبكة تغرق في

اللحظة وتعلي شأن السرعة وغياب الوقت: التغريدات تقصر على ١٤٠ حرفاً، وهي رمز إمبراطورية السرعة. وإذا تخلت الصحافة المكتوبة عن «نفسها الطويل»، أي الأناة، وحاكت وتيرة الإنترنت ولهائه، سارت إلى حتفها. والصحيفة المبتورة هي صحيفة معتلة تتحول قصاصات من أخبار وكالات الأنباء (نحاس، ٢٠١٣: ١).

ويأتي الصحيفة في نقل أصداء وسائل الاتصالات والتغريدات الفورية ففي الصحيفة فريق عمل عالي التخصص في مجالات مختلفة يستيق وقوع الحادثة من طريق رصد المؤشرات إليها وترجيح مترنبات للحوادث سواء كانت اجتماعية أو انفعالية أو اقتصادية أو ثقافية أو سياسية... وأثرها للبالغ الذي يؤذن بتغيير أو منعطف أو بقاء الأمور على حالها. والصحيفة هي جسم «ثقافي جمعي» غير متجانس أو متراس على نحو ما هي حال الأحزاب التي تدافع عن «خط» سياسي، بل جسم تجمع قيم أخلاقية وسياسية وأخلاق مهنية واحدة و«رؤية (مشتركة) إلى العالم» تقر بالتعددية وإرادة جعل معنى الواقع المركب في متناول القارئ. وعلى خلاف متصفح الإنترنت الذين ينتقلون من عنوان إلى آخر، توجه للصحيفة القارئ وتجنبه تضيق الوقت وتحفزه على الاطلاع المعمق على موضوع مهمل. والقارئ إذ يشتري صحيفة بشهر اشتراكه معها بذاكرة جماعية وتاريخ مثير للجدل ولكنه مجبول من نسيج آراء مختلفة وقيم وخيارات سياسية (نحاس، ٢٠١٣: ١).

### أهم الصحف الورقية الأردنية:

يمثل بدايات قرن العشرينات بداية نشأة الصحافة الأردنية، وفي هذا العقد، ركزت مضامين الصحف في أخبارها، وتعليقاتها، ومقالاتها، على مواضيع محاربة الاستعمار الأجنبي، والانتداب والصهيونية، ومحاربة قرارات كبت الحريات، والمناداة بالديمقراطية،



ورفضت للمحسوبية والرشوة والفساد الأخلاقي، والإقليمية، ودعت إلى التغيير والحدثة والتسمية، مضامين الصحف حول موضوعات رئيسة ثلاث هي: السياسة، وقضايا الناس الخدمية، والآداب (عبيدات، ٢٠٠٠، : ٤٤).

وتعد صحيفة (الحق يعلو) أول صحيفة أردنية، أصدرها الأمير عبد الله بن الحسين عند قنومه من الحجار في معان، تولى تحريرها محمد الآتسي، وعبد اللطيف شاكر، وكان شعارها (جريدة عربية ثورية)، وكتب تحت عنوانها : (الحق يعلو ولا يعطى عليه)، وكانت تصدر مرة في الأسبوع، وتضم أبياتاً شعرية منسوبة للأمير عبد الله، صدر منها أربعة أعداد في معان، وعدنان في عمان، ثم توقفت عن الصدور. (حجي، ٢٠٠٢ : ٣٩)

وبخصوص دورية الصدور، للصحف الأردنية الصادرة خلال العشرينات كانت محدودة جداً، وصعبة، بسبب الأحوال الاقتصادية، والأمنية آنذاك، فالبعض توقف نتيجة للعجز في التمويل، والبعض الآخر توقف لأسباب غير معروفة، وأخرى بسبب موقف سلطات الانتداب البريطاني المعادي للحركة الفكرية في الصحافة، وأن هذه المرحلة تميزت بنوع من التخلف الثقافي، والاقتصادي الذي تركه الحكم العثماني في المنطقة، مما أدى إلى وجود عدد قليل من القراء وأيضاً عدد محدود من حملة الأقلام. (شريم، ١٩٨٤م).

ومن أبرز المطبوعات الصادرة: صحيفة الحق يعلو، ١٩٢٠، وصحيفة للشرق العربي، ١٩٢٣، وجريدة الأردن، ١٩٢٣، ومجلة الحمامة، ١٩٢٣، وجريدة الشريعة، ١٩٢٧، وجريدة جزيرة العرب، وجريدة صدى العرب، ١٩٢٧. (عبيدات، ٢٠٠٠).

تزامن من بداية الألفية استلام جلالة الملك عبد الله الثاني لسلطاته الدستورية، وقد أولى الصحافة والإعلام في بلدة اهتماماً بالغاً، ففي تصريح له أعلن أن حرية الصحافة والإعلام حدها السماء، ليكون دستوراً لكل صاحب قلم ويتوق للحرية، وقد فرض على هذه المرحلة

التطور التكنولوجي واتساع مصادر المعلومات، مما أفقد الحكومات السيطرة على هذه المصادر، ولم يكن أي خيار آخر سوى إطلاق الحريات، والحد من القوانين العرفية المقيدة لحرية الصحافة والإعلام.

ومن أهم الصحف التي تصدر وتتصدر السوق الأردني: صحيفة الرأي، صحيفة الغد، وصحيفة العرب اليوم، وصحيفة الدستور.

١. صحيفة الرأي: صدرت جريدة الرأي في ١٩٧١/٦/٢م عن المؤسسة الصحفية الأردنية، وفي عام ١٩٨٦م، أصدرت الحكومة قراراً بتوسيع ملكية شركة المؤسسة الصحفية الأردنية اعتباراً من مطلع ذلك العام، وبموجب القرار تم إعادة توزيع الأسهم فامتلكت المؤسسة الأردنية للاستثمار ١٥%، ومؤسسو الصحيفة ٣٥%، وطرح ٢٥% للاكتتاب العام، وتمتلك مؤسسة الضمان الاجتماعي ٤٥,٩% من الأسهم (عبيدات، وآخرون، ٢٠٠٣، ص ٢٦٠). ويرى دارسو الصحافة الأردنية أن صحيفة الرأي اليومية شاهد حي على تطور الصحافة من حيث الشكل الفني والإخراج والمضمون والتطور الطبيعي والتقنيات المستخدمة في الأردن منذ عام ١٩٧١م ولغاية عام ٢٠٠٠م (عبيدات، وآخرون، ٢٠٠٣، ص ٣٦).

والرأي صحيفة يومية منتظمة تصدر عن المؤسسة الصحفية الأردنية وتعد ثاني صحيفة شبه رسمية تنطق باسم الحكومة حيث كانت صحيفة للشرق العربي هي الأولى ونتيجة للدعايات الإعلامية الكثيفة التي جاءت عبر وسائل إعلامية وصحيفة للرد على هذه المهاجمات الإعلامية فتم إصدار أول أعدادها في تاريخ ٢ حزيران ١٩٧١م (الموسى، ١٩٩٨م، ص ١٤٨-١٤٧).

وبعد إنشاء حزب الاتحاد الوطني العربي عام ١٩٧١م الذي كان تنظيمياً رسمياً للدولة، انتقلت ملكية المؤسسة الصحفية الأردنية (الرأي) إلى الحزب لتصبح بذلك الناطق باسمه (عبيدات، ٢٠٠٣، ص ٢٦٠).

ثم ما لبثت أن عانت الحكومة من جديد لتأخذ حصة بما يعادل الـ ١٥% عام ١٩٨٦م، وبعد ذلك زودت حصتها في العام ١٩٨٩م لتبلغ ٤٥,٩% من الأسهم حيث باعتها إلى المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي، الحكومة أيضاً، ثم تملك فيما بعد ٦٦% من الأسهم بما يعادل ثلثي مقاعد مجلس الإدارة (القضاة، ٢٠٠٨، ص ٢٢٢).

وقد شهدت الرأي بعض التغيرات الإدارية، حيث تسلم السيد عبد السلام الطراونة رئاسة مجلس إدارة الرأي خلفاً للسيد محمود الكايد، ثم تولى الدكتور خالد الكركي مهام هذا المنصب عام ١٩٩٩م خلفاً للسيد الطراونة، وتعتبر مطابع مؤسسة الصحيفة الأردنية إحدى أكبر وأهم المطابع الصحفية في الأردن في الوقت الحاضر، فقد قامت بتحديث معداته الطباعة في العامين ١٩٩٣م و ١٩٩٤م وبدأت الرأي تطبع اعتباراً من ٣ - ٩ - ١٩٩٤م ماكينة للطباعة الجديدة من نوع Man Plamag Uniset التي استغرق تركيبها وتجهيزها وتجربتها حوالي ثلاثة أشهر. (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٦٧).

في بداية شهر نيسان ١٩٩٦م تم ربط جريدة الرأي الأردنية مع شبكة الانترنت العالمية، كما تم ربط جريدة "الجورن تايمز The Jordan Times" بشبكة الانترنت العالمية في بداية شهر تشرين الأول من عام ١٩٩٦م، وقد حققت الصحيفتان نجاحاً هائلاً في تقديم رسالة أردنية عربية يومية ذات مصداقية لجميع أنحاء العالم وفق أحدث الطرق الفنية. وكان الهدف من هذا الربط هو إيصال أبناء الأردن والجاليات العربية والمهتمين بأخبار الأردن السياسية والاقتصادية مع هاتين الصحيفتين، والوصول إلى أكبر عدد من القراء من مختلف الجنسيات

(العربية والأجنبية)، بعيداً عن تعقيدات الشحن لعدم انتظام الرحلات الجوية. وقد بلغ معدل زوار الرأي الإلكتروني حوالي ٤٠ مليون زائر شهرياً خلال عام ٢٠٠٥ واستمر العدد في الارتفاع حيث بلغ معدل زواره ٥٠ مليون زائر مع نهاية ٢٠٠٧. ووفقاً لما ورد من موقع (صحافة) الإلكتروني الدولي الذي يقوم بإجراء إحصائيات عن أكثر المواقع العربية للصحافة على الانترنت التي تزار من قبل القراء، فقد فازت جريدة الرأي الإلكترونية بالمرتبة الأولى بين الصحف العربية اليومية الصادرة في جميع أنحاء العالم من حيث عدد قرائها. وقد منح موقع غوغل لقياس قوة المواقع موقع الرأي درجة ٦ - ١٠، ويعتبر من المواقع الأقوى في العالم، كما يعد من أفضل ثلاثة مواقع عربية تتنافس المركز الأول على مستوى المواقع الإعلامية العربية من حيث التطور وعدد زواره (القرالة، ٢٠٠٨).

٢. صحيفة الغد: مبكراً خطّت صحيفة الغد لنفسها طريقاً لتسير عليه، ولهذا أعدت للعدة بالكفاءات والمعدات اللازمة لتبدأ بهذا المشروع، ويرى فؤاد أبو حجلة، رئيس تحرير الغد أن ولادة الغد كفكرة في أوائل الألفية الثالثة، لكي تكون صحيفة ليبرالية تضيف نكهة جديدة إلى الصحافة الأردنية، تم للعمل على البدء بالمشروع عام ٢٠٠٣، حيث بدئ تجهيز الكادر المهني، والتعاقد مع الزملاء الصحفيين والصحفيات، وقد تزامن ذلك مع تجهيز مبنى الصحيفة بالألوات والمعدات والأجهزة اللازمة، صدر العدد الأول من الغد في ٢٠٠٤/٨/١، ومنذ ذلك التاريخ واصلت صحيفة الغد صدورها بانتظام، ولم تتوقف إلى في العطل الرسمية التي تحتجب فيها الصحف عن الصدور. أما عن الأهداف التي تسعى إليها الغد فهي برأي رئاسة تحريرها، تهدف إلى تقديم الحقيقة، وتغطية الواقع بكل إيجابياته وسلبياته، وطرح التنوع الفكري والسياسي في المجتمع الأردني، كما وتهدف إلى تقديم نموذج ليبرالي للصحافة اليومية، والتشجيع على نشر التقنيات الجديدة في التواصل، بعد ذلك جزءاً من آليات الإعلام.

تعتمد الغد سياسة تحريرية وحريضة على الإمام بكل ما يحدث في البلاد، ولا تستثني أخباراً لاعتبارات سياسية أو فكرية، كما أنها لا تقدم أخباراً لهذا السبب فقط، كما أن السياسة التحريرية للصحيفة تحرص على استكمال نقل الخبر بكافة عناصره وتقديم رؤى ومواقف الأطراف التي يتعلق بها الخبر دون استثناء أي منها (أبو حجلة، ٢٠١١).

لما ما يميز الغد عن الصحف الأردنية، أنها تقوم بتقديم أنموذج أكثر حداثة من حيث الشكل. يقوم الموقع الإلكتروني [www.alghad.net](http://www.alghad.net) الخبر للطايرج للقراء، ويختلف عن النسخة المطبوعة، بقدرته على الوصول إلى القراء من خارج الأردن، كما أنه يقدم منبراً متاحاً للقراء للتفاعل مع محتوى الصحيفة ومع القضايا العامة، وتعطي للصحيفة اهتماماً كبيراً لأراء للقراء، ويتم نشرها ورقياً، وتحاول الغد أن تطبق الكثير من الاقتراحات والأفكار التي يقدمها القراء، لكن هذا لا يعني أنها تخضع لمفهوم شابك للتذكر، بمعنى أنها تمارس دورها النوعي دون الرضوخ لاثيازات واضحة في الشارع. وتسعى الغد إلى تحويل الموقع الإلكتروني، إلى موقع وتلفزيون وإذاعة، وهذا ممكن بشرياً وتقنياً، وهذا التحول ممكن أن يغني عن تحويل الصحيفة إلى صحيفة دولية، لصعوبتها من حيث كلفة الشحن والتوزيع (أبو حجلة، ٢٠١١).

وتعد جريدة الغد من أحدث للصحف اليومية الأردنية، والمستقلة من ناحية الملكية، حيث تأسست في الأول من آب عام ٢٠٠٤م، عن الشركة الأردنية المتحدة للصحافة والنشر برأس مال بلغ أربعة ملايين دينار، وبلغ عدد الموظفين عام ٢٠٠٤م (١٥٠) موظفاً، وتزايد هذا العدد خلال السنوات الماضية ليصبح عددهم (٣٥٠) موظفاً عام ٢٠٠٨. باشرت صحيفة الغد الإلكترونية بالعمل عبر شبكة الانترنت في ٢٠٠٤/٨/١ حيث قامت بنقل جميع النصوص المطبوعة على صحيفة الغد الورقية إلى موقعها الإلكتروني. وقد وجدت في بداياتها بعض

الصعوبات في كيفية المحافظة على هويتها وأسمها، ونوع وشكل وحجم الخبر وكيفية تحديث الخبر العاجل عبر الانترنت، وبثه بصورة فورية، عدا عن تعليقات الناس التي لم تسلم منها (أبو حجلة، ٢٠١١).

٣. العرب اليوم: صدرت صحيفة العرب اليوم وهي الجريدة الأردنية اليومية الرابعة التي تصدر باللغة العربية عام ١٩٩٧م، عن الدار الوطنية للصحافة برئاسة الدكتور رياض الحروب، وقد استقطبت عند صدورهما عدد كبير من الكتاب والصحفيين الأردنيين، وحاولت أن تقدم أسلوب صحفياً مختلفاً في المعالجات الصحفية (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٧٠).

وتعد صحيفة العرب اليوم كما تطلق على نفسها صحيفة الرأي الآخر في الأردن، وهي أول صحيفة تدخل في حملات نقدية للسياسات الحكومية وتنتشر أخباراً لسقف عال، وترفع شعار الإصلاح والحرية لوسائل الإعلام ومحاربة الفساد ودعم المواقف النقدية للحكومة، مع دورها في تغطية كامل النشاطات الحكومية (العدوان، ٢٠١٠).

وفجرت عدداً من القضايا الصحفية الهامة التي كان لها تأثيرات في الحياة السياسية والاجتماعية في المجتمع الأردني، ولكنها تعرضت عام ١٩٩٩م لبعض الخسائر المالية، الأمر الذي جعلها تعيد النظر في هيكلتها الإدارية والصحفية، فقد خرج منها عدد من المحررين الذين أسهموا في تأسيسها من أمثال (طاهر العدوان وصالح القلاب وموسى الحوامدة وخالد الزبيدي وآخرين غيرهم).

وقد أصدرت الدار الوطنية للصحافة جريدة يومية باللغة الانجليزية هي (العرب ديلي) ARAB DAILY برئاسة تحرير رمزي خوري، واضطرت للتوقف عن الصدور في نوفمبر ١٩٩٩م، وذكر ناشروها أنه توقف مؤقت بانتظار إعادة هيكلة الصحيفة على أسس جديدة، وذلك بعد تعرضها لخسارة مالية. (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٧١).

تأسس موقع صحيفة العرب اليوم الإلكتروني في عام ٢٠٠١، وكان الهدف من إنشاء هذا الموقع هو إطلاع الجالية العربية والدول الأخرى على أخبار الصحيفة عبر الإنترنت داخل وخارج الأردن (عبيدات، ٢٠٠٩).

٤. صحيفة الدستور: صدرت صحيفة الدستور عام ١٩٦٧م عن الشركة الأردنية للصحافة والنشر، أثر قرار دمج جريدتي المنار وفلسطين. وفي عام ١٩٨٦م تحولت الدستور إلى شركة (مساهمة عامة)، إذ طرحت أسهمها للاكتتاب العام، فاحتفظ المساهمون القدامى بنسبة ٣٥% و طرح ٢٥% للاكتتاب العام ومساهمون جدد ٤٠% (عبيدات، وآخرون، ٢٠٠٣، ص ٢٥٩).

وقد تحدثت الدستور عن ملامح التطور الذي شهنته منذ صدورها، وذلك بمناسبة صدور العدد (عشرة آلاف) بتاريخ ٢٨-٦-١٩٩٥م، لقد رسمت الدستور لنفسها خطاً لتسم بالاتزان والعقلانية، وابتعدت في تناولها للأحداث عن الإثارة والتهويل والتلاعب بمشاعر القارئ، وتركت المجال مفتوحاً أمام عقل القارئ للبحث والاستنتاج والتروء بالمعرفة والمعلومة الموثقة من مصادرها الرئيسية، وشأن الدستور شأن غيرها من المؤسسات الوطنية الكبرى، بدأت متواضعة بعدد قليل من الصفحات ولم يتجاوز ٨ صفحات، ثم أخذت مجهود الصحفيين وبعرفهم وبأعصابهم في التطور عام بعد آخر، وأخذت تطور نفسها ذاتياً وباستمرار في الشكل والمضمون وطريقة عرض الأحداث، وانتقلت من أسلوب للصف اليدوي، حيث كان تجمع الحروف إلى جانب بعضها البعض بطريقة تقليدية تأخذ جهداً كبيراً من خلال الصحفيين إلى أسلوب الصف الضوئي، حيث يتولى الزملاء صف للمواد على أجهزة غير متطورة، ثم تحول للمواد بعد ذلك إلى قسم الإخراج ليتم توزيعها على الصفحات ومنتوجاتها بالوسائل التقليدية اليدوية، ثم قفزت (الدستور) قفزتها للكبرى بدخول عهد

الكمبيوتر المتطور، وتُمر الصحافة حالياً بجميع مراحلها من صف وإخراج ومونتاج وتصوير وطباعة عبر قنوات الكمبيوتر (أبو عرجة ٢٠٠٠، ص ٦٢).

وتقوم الدستور حالياً باستقبال الصور التي تبثها الوكالات العالمية، والتي تُشارك بها بواسطة (السناليت) وعبر قنوات أجهزة الكمبيوتر، وكذلك تستقبل الأخبار والتحليلات التي تبثها الوكالات. (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٦٢).

وفي منتصف عام ١٩٨٦م قامت الحكومة الأردنية بتحويل الشركة الأردنية للصحافة والنشر التي تصدر (الدستور) من شركة عابئة محدودة إلى شركة مساهمة عامة، وبموجب هذا الترتيب احتفظ المؤسسون القدامى بما نسبته ٣٥% من أسهم الشركة، ودخل مؤسسون جدد بما قيمته ٤٠% من الأسهم في حين طرح ٢٥% من الأسهم للاكتتاب العام. (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٦٣).

وفي ٢٥ آب ١٩٨٨م قامت الحكومة الأردنية بحل مجلس إدارة الدستور بموجب قرار لجنة الأمن الاقتصادي، وقامت بتعيين مجلس إدارة مؤقت، حيث تسلم عبد السلام الطراونة منصب رئيس التحرير المسؤول، وأصبح صالح الزعبي مديراً عام، وتوفيق كيوان مساعداً للمدير العام.

وبعد عام من هذه الإجراءات أي في ١١ كانون الأول ١٩٨٨م بعد عودة الحياة البرلمانية للاردن، قامت الحكومة بإعادة مجلس الإدارة المنتخب السابق، فتسلم كامل الشريف رئاسة مجلس الإدارة، ومحمود الشريف نائب الرئيس ورئيس التحرير، وبذلك عاد آل الشريف إلى تسلم زمام ملكية الدستور.

وتتحدث الدستور بزهر عن تاريخها الطويل ودورها في نهضة الصحافة الأردنية للمعاصرة قائلة: (أن الدستور كانت وما تزال مدرسة بكل معنى الكلمة، تخرج منها معظم



الكتاب والصحفيين والعاملين في الصحافة الأردنية الآن، وأنها كانت الجريدة الأولى في الأردن التي انتفت إلى أهمية استقطاب شبكة متكاملة من المراسلين في معظم عواصم للعالم، وقد وصل عدد مراسلي الدستور في أركان المعمورة إلى ما يزيد عن ٣٠ مراسلاً. (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٦٣).

باشرت صحيفة الدستور الالكترونية العمل عبر موقعها الالكتروني، في حزيران عام ١٩٩٧. وكان موقعها هو أول موقع الكتروني للصحف العربية على مستوى العامل العربي، وأول موقع يقوم باستخدام للنص العربي، وقد واجه عدة صعوبات من حيث طريقة الاتصالات التي كانت تتم من خلال استخدام (الفاكس مودم) عبر النت، وقد كانت تعليقات القراء تأتي من الدول الخارجية، بالإضافة إلى صعوبة التعامل مع المادة الإخبارية من حيث الشكل والنصوص، فقد كان الخير ينقل عن طريق الـ Image (أبو عرجة، ٢٠٠٠، ص ٦٣).

٥. صحيفة الديار الأردنية: تعود ملكية صحيفة الديار الأردنية إلى شركة البتراء للاستثمار الإعلامي، وقد تأسست عام ٢٠٠٣م، وهي جريدة يومية يرأس إدارتها المحامي النائب محمود الخرابشة، وموقعها على الشبكة الالكترونية ([www.aldeyarjo.net](http://www.aldeyarjo.net)).

٦. صحيفة الأنباط الأردنية: صحيفة الأنباط الأردنية هي صحيفة يومية مستقلة ذات القطح المتوسط، تصدر عن شركة الأنباط للصحافة والإعلام، وتوزعها شركة الأجنحة للتوزيع، تصدر في الأردن منذ العام ٢٠٠٥ يرأس تحريرها الدكتور رياض الحروب، ومديرها العام حسين الجغبير، ورئيس التحرير المسؤول فارس شرعان، وموقعها الالكتروني (<http://www.alanbat.net>).

## المبحث الثاني: استخدامات الإنترنت كصحف إلكترونية

### المقدمة:

أدى النمو المتزايد للثورة التكنولوجية الذي شهده العالم من خلال العقدين الماضيين، إلى خلق منافسات وتحديات كبيرة وبخاصة في مجاليّ الإعلام والاتصال بكل أبعادها وأحجامها، إلا أن العالم لم يستطع حتى الآن إيجاد وسائل كفيلة بالتحكم والسيطرة بشكل كامل على هذه التكنولوجيا الضخمة التي تمتاز بالتعقيد والتداخل بشكل كلي. وقد أدت هذه الثورة إلى تغيير عاداتنا وسلوكياتنا وأساليب معيشتنا، حيث جعلت إعلامنا العربي يتأرجح بين القيود المرتبطة بالسلطات، وبين التنافس الحر، وغياب قيود الرقابة في وسائل أخرى كشبكة الإنترنت، التي أصبحت أحد الاتجايزات للضخمة والقوية للثورة التكنولوجية، إذ سمحت شبكة الإنترنت بإصدار صحف متعددة ذات أبعاد وأحجام ومساحات مختلفة، مما أدى إلى تغييرات عديدة في مفهوم الأداء الصحفي، واستخدام قوالب صحفية مختلفة، تبدو أكثر قدرة على التعبير عن متطلبات العصر وإمكاناته، الأمر الذي جعل العاملين في مجال الصحافة والإعلام، يستيقظون من غفوتهم ويسرعون باللاحاق بعجلة التنمية والتطور في عصر تفجرت فيه للمعلومات (الرحباني، ٢٠٠٩: ص ١).

وقد شهد العصر الحالي تسارعاً عظيماً في صناعة تكنولوجيا الاتصال وتطورها فقد شهد القرن تطور أجهزة الاتصال الإلكترونية، خاصة في مجال الإذاعة والتلفزة، والطباعة، والترانزستور، والكمبيوتر، والأقمار الصناعية، والإنترنت، والأقراص المدمجة. كما أتاحت الفرصة لاستعمالها واقتنائها على نطاق واسع، ولهذا يتحدث الباحثون عن ثورة الاتصال الثالثة، الإلكترونية الرقمية، التي يشهدا عصرنا الحديث باعتبار لثورة الرئيسية التي لعبت دوراً مؤثراً في حياة الإنسان بعد الثورة الصناعية (الموسى، ٢٠٠٩: ص ٥٠).

وأنت للثورة التقنية وانصهارها مع الإعلام إلى جانب الكثير من الصحف إلى البيوت عبر كابلات المستلآت، وشبكة الإنترنت التي تنقلنا إلى اتصال مباشر مع أي مكان في العالم، بكمية لا تحصى من تبادل المعلومات (غريب، ٢٠٠١: ص ٧٥).

### أنواع للصحافة الالكترونية:

يلاحظ المتصفح لشبكة الانترنت اهتماماً متزايداً في بناء المواقع الالكترونية والمتنوعة المختلفة، وذلك يعود للطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الانترنت، التي أتاحت مجالاً واسعاً أمام العديد من الجهات الإعلامية وغير الإعلامية، لكي تمارس بنفسها النشاط الصحفي بشكل أو بآخر. ويمكن لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة التابعة لأحزاب سياسية، ومنظمات محلية ودولية، وحركات سياسية وعسكرية، بل وحكومات ودول، إضافة إلى آلاف المواقع لمؤسسات إعلامية مختلفة الاهتمامات، سواء أكانت صحفاً، أم إذاعات، أم محطات تلفزة، وجميعها يقدم خدمات صحفية متنوعة عبر هذه المواقع (تربان، ٢٠٠٨، ص : ١١٧).

وتقسم الصحافة الالكترونية إلى ثلاثة أقسام وهي:

### أولاً: الصحف الالكترونية الكاملة:

وهي صحف قائمة بذاتها كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم) ويتميز

هذا النوع من الصحف بما يلي : (تربان، ٢٠٠٨، ص: ١١٧ - ١١٨).

١- تقديم الخدمات الإعلامية والصحفية نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من

أخبار، وتقارير، وأحداث، وصور.

٢- تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمه،

وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنت وتكنولوجيا النص الفائق (Hypertext).

٣- تقديم خدمات الوسائط المتعددة Multimedia النصية، والصوتية، والمصورة.

ومثال على ذلك صحيفتي منبر الرأي الالكترونية، وموقع الغد المالي الالكتروني في الأردن.

ثانياً : الصحف الالكترونية من الصحف الورقية:

١- صحف الكترونية تقدم للمضمون الورقي الكامل، كما هو بعد تحويله إلى الشكل الالكتروني.

٢- صحف الكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.

ومثال على ذلك الصحف الورقية اليومية من الأردن (الرأي، والسمثور، والغد، والعرب اليوم، والجوردان تايمز).

ثالثاً: صحف الكترونية ليس لها إصدار ورقي:

وهذه الصحف غير تابعة لأي مؤسسة صحفية ورقية، وتعتبر مستقلة إدارياً، وتقدم خدمات تعني بالشأن المحلي، وتقدم خدمات إخبارية على جميع الصعد، إضافة على ميزة التفاعلية، وخدمة البريد الالكتروني، وخدمة SMS وغيرها من الخدمات.

وتتمتع هذه المواقع بمساحة كبيرة من الحرية بعيدة عن الرقابة الحكومية، ومثال على ذلك : صحيفة عمون الالكترونية، والسوسنة، وموقع عمان نت الإخباري، وموقع خبرني الالكتروني، وسرايا، وغيرهم من المواقع الالكترونية في الأردن.

وهناك أنواع للصحافة الالكترونية باعتبارها بلد الصحيفة وهي على النحو الآتي: (أمين،

٢٠٠٧، ص ١٠١)

١- صحف عربية تصدر من دول عربية مثل : السياسة الكويتية، والرياض السعودية، وغيرها.

٢- صحف عربية تصدر خارج الوطن العربي مثل : الحياة، والشرق الأوسط للثلاثان تصدران بالعربية من لندن.

٣- صحف أجنبية وهي كثيرة جداً منها نيويورك تايمز، وواشنطن بوست وغيرها.

لما للصحف الأردنية التي تبث عبر الانترنت من داخل الأردن، فهناك المواقع التي لها إصدارات ورقية مثل الرأي، والدستور، والغد، والعرب اليوم، والجوردان تايمز. والمواقع التي ليس لها إصدارات ورقية مثل : موقع عمون الإخباري، والسوسنة، وخبرني، وعمان نت، وسرايا، وغيرهم من المواقع الأخرى التي بلغت حتى الآن أكثر من ٢٠ موقعاً.

#### مميزات الصحافة الإلكترونية:

تنتم للصحافة الالكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة، حيث أكدت معظم الأبحاث والدراسات على أنها أصبحت وسيطاً إعلامياً جماهيرياً فعالاً، إذ مكنت كافة الأفراد والمؤسسات من إرسال واستقبال للمعلومات عبر أي مسافة، وفي أي وقت، وفي أي مكان (تريبان، ٢٠٠٨، ص: ١٢٨).

يمكن القول إن الإعلام الالكتروني يتميز ببعض الخصائص كالتنوع الشديد في الوسائل والمواقع الإعلامية، حيث أتاحت شبكة الانترنت إنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام. كما يتسم الإعلام الالكتروني بالمرونة في استعراض وانتقاء الوصول الآلي، وتحليل البيانات والمعلومات الموجودة على شبكة الانترنت (أمين، ٢٠٠٧، ص : ٩٢).

ومن أبرز خصائص الصحافة الالكترونية ما يلي:

١- خاصية التنوع : كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة لانجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة الورقية، وبما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصصة للتحرير والمساحات الأخرى، كذلك كانت مهمة الصحفي تتمثل في انجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصصة للتحرير وبين تلبية حاجات الجمهور (الفصل، ٢٠٠٦، ص : ١١٦).

٢- خاصية المرونة: تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة لمستخدمي صحافة الانترنت، إذ لا يمكن له إذا كان لديه الأننى من المعرفة بالانترنت أن يتجاوز عدداً من المشكلات الإجرائية التي تعترضه (مرجع سابق، ٢٠٠٦، ص: ١١٦).

٣- التفاعلية: حيث تستخدم الصحف الالكترونية هذا الأسلوب التفاعلي من خلال تكتيك النص المترابط أو الفائق Hypertext الذي يتضمن وصلات Links لنقاط داخل الموضوع أو الخبر المنشور (علم الدين، ٢٠٠٠، ص : ٢١٧). ولأن هذا التميز يعد واحداً من أهم سمات وخصائص النشر الالكتروني (الفصل، ٢٠٠٦، ص: ١٦٤).

٤- إمكانية توزيعها : وبالتالي تعرض القارئ يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحيفة اليومية الورقية (نصر، ٢٠٠٣، ص: ١٠٤).

٥- المباشرة والتحديث المستمر : ويقصد بذلك تقديم الصحف الالكترونية خدمات إخبارية مباشرة Online.

٦- سهولة العرض : حيث تعد سهولة التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور (أمين، ٢٠٠٧، ص: ١٠٦-١٠٧).

٧- تعدد الوسائط : إذا كان الراديو يقدم الصوت والتلفزيون يقدم الصورة، والصحافة المطبوعة تقدم النص، فإن للصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معاً بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة كما يكتسب استخدام عناصر الوسائط المتعددة مثل : الصور المتحركة، والثابتة، والأصوات، والمؤثرات السمعية والبصرية، أهمية خاصة ترتبط بدور العناصر المرئية في تسهيل متطلبات العرض للوسائل المختلفة، حيث تسهم الصورة والألوان في تقليل الجهود التي يتعين أن يبذلها القراء لتلقي الرسائل المتضمنة في هذا النمط من الاتصال (نريان، ٢٠٠٨، ص: ١٣٥).

ويرى سيد (٢٠١٤ : ٤٠) أن هناك عدة مزايا للصحافة الإلكترونية تتمثل:

(١) قلة التكلفة المالية التي يتحملها الجمهور مقارنة بالصحافة التقليدية، فمن طريق الاشتراك في خدمة الإنترنت، تستطيع تصفح كافة الصحف والمجلات التي تمتلك مواقع إلكترونية، في حين أنه من الصعوبة بمكان أن تشترك في كافة هذه المطبوعات أو تقتنيها.

(٢) عامل الوقت، فالصحف الإلكترونية بتحديثها مستمرة على مدار الساعة، في حين أن الصحافة المطبوعة ومواقعها الإلكترونية يتم تحديثها كل أربعة وعشرين ساعة، الأمر الذي يجعل الصحافة الإلكترونية تحرق الأخبار كما يقال، أو تجعلها عديمة الفائدة في الجرائد المطبوعة، فتصبح عبارة عن أحرف تملأ بها المساحات، فإذا كانت الصحيفة تطبع في تمام الساعة الثانية عشر صباحاً مثلاً، ووقعت حادثة في ساعات الصباح الأولى، فحتى تنشره الجريدة يحتاج ليوم كامل، الأمر الذي يكون معه للخبر مستهلكاً وقديماً في ظل وجود الصحافة الإلكترونية التي تستطيع تغطية الحادث خلال دقائق من وقوعه.

(٣) سهولة تعديل المعلومات وتصحيحها وتحديثها بعد النشر، وسهولة نقل المعلومة وتداولها وحفظها، واسترجاعها وسرعة انتشارها في أسرع وقت ممكن.

(٤) تتمتع الصحافة الإلكترونية بهامش أكبر من الحرية بعيداً عن مقص الرقيب، والحرية الموجودة في هذه الصحف الإلكترونية أكبر من نظيرتها المطبوعة، والتي تواجه قيوداً كثيرة لم تقتصر على المادة التحريرية فحسب، فحتى تعليقات القراء على الموقع الإلكتروني تخضع غالباً لمعايير شديدة الرقابة تتنافى مع حرية الإنترنت التي يريدها الجمهور، في حين نجد أن أغلب الصحف الإلكترونية تعطي هامشاً كبيراً من الحرية في التعليقات، تصل إلى حد التصادم والسباب "عند البعض" لزيادة التفاعل والإقبال الجماهيري عليها.

(٥) إمكانية تضمين الخبر مقاطع صوتية أو لقطات مصورة بالفيديو؛ مما يجعل التغطية أكثر ثراءً وجذباً للقارئ وتعليقاً مع الحدث.

(٦) من أهم ما يميز الصحافة الإلكترونية: كونها صحافة تفاعلية، بإمكان القارئ التعليق على الخبر فور قراءته، والتواصل مع جمهور القراء ومناقشة الآراء والأفكار، وكذلك بإمكانه إرسال مشاركاته من الأخبار والمقالات، ونشرها باسمه الصريح أو المستعار، أو عن طريق عمل معرف خاص به، يتمكن من خلاله من إضافة تعليقاته ومشاركاته.

(٧) توفير أرشيف صحفي ضخم يُتيح الحصول على المعلومات بسهولة ويسر، من خلال محركات البحث، وعدم حاجة المؤسسات الصحفية إلى مقر واحد ثابت يحوي كل الكوادر العاملة، فالصحف الإلكترونية اليوم تعمل أغلبها عن طريق المراسلة الإلكترونية. (سيد، ٢٠١٣: ٤٠)



## الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت:

يقصد بالاتصال "أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر، بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن الطريق تبادل للمعلومات والآراء، والأفكار، والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية" (العنزي، ٢٠٠٧: ص ٤٠).

وللاتصال أشكال مختلفة بحسب عدد المشاركين في الموقف الاتصالي والوسائل المستخدمة لتحقيق الاتصال والهدف الذي من أجله تتم عملية الاتصال، وتبدأ مستويات الاتصال بالاتصال الشخصي، وهو المستوى الأقل من حيث عدد المشاركين في العملية الاتصالية، ويكون بين فردين، يليه الاتصال الجمعي الذي يتم في أوساط اجتماعية ذات أعداد محدودة، أما الاتصال الجماهيري فهو النمط الاتصالي الذي يتم على نطاق جماهيري وتستخدم فيه وسائل الإعلام: الصحافة، الإذاعة، للتلفزيون، إضافة إلى المواقع الإلكترونية على الانترنت" (موسى، ٢٠٠٤: ص ٥٦).

وتعتبر شبكة الإنترنت وسيطاً اتصالياً جديداً بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى، إلا أنها تعتبر تقنية اتصالات مهجنة تضم أكثر من نمط اتصالي: شخصي وجمعي وجماهيري، دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال، تبعاً لذلك فقد أختلت الكثير من المفاهيم السائدة حول الدور الاتصالي للإنترنت مع عدم وضوح الحدود الفاصلة بين أنماط الاتصال وطبيعتها، ونتيجة هذا المدى الواسع من الإمكانيات الاتصالية للإنترنت فإن الشبكة تقدم عدداً من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم للتواصل الإنساني من جهة وتحقق قدراً كبيراً من الاندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحاسوبية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة (فايز، ٢٠٠٢: ص ٢٣).

كما يبرز دور شبكة الإنترنت الاتصالي في مجال الاتصال الشخصي من خلال المواقع الشخصية التي يديرها ويشرف عليها أفراد يقومون بنشر أخبارهم ومعلوماتهم الشخصية، إضافة إلى ما يضعونه من روابط لمواقع أخرى، كما تقدم مجانية لمستخدمي شبكة الإنترنت بالإضافة إلى احتوائها على أخبار متنوعة تصل إلى البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم بشكل يومي وحسب التخصصات التي يرغب بها" (فايز، ٢٠٠٢: ص ٢٣).

وتقدم شبكة الانترنت كذلك خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج تخطيبية جديدة، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة والنص المكتوب، كل ذلك حول الشبكة الدولية إلى فضاء يعج بالحركة والصوت والصورة والنصوص المكتوبة، وتتمثل أهم الخدمات الاتصالية بما يلي (حجاب، ٢٠٠٥: ص ٧١):

#### التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت:

عند ظهور أي وسيلة إعلامية حديثة تكثر التنبؤات حول مصير الوسائط الأقدم منها، فعندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية على سبيل المثال ذات خصائص وميزات مبهرة للمستقبلين اعتقد الكثير أن هذا إعلان لأفول الصحافة الورقية، كما إن ظهور التلفزيون جدد التنبؤات بمستقبل الصحافة والإذاعة، نفس الإحساس والتوقعات حدثت عندما ظهرت شبكة الإنترنت لما تملكه هذه الشبكة من سمات اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائط الإعلامية الأخرى.

ورغم كل تلك التنبؤات فإن جميع الوسائط الإعلامية حافظت على وجودها كون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة إليها، ولأن ظهور أي وسيلة إعلامية جديدة يدفع بقية الوسائط على تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان

الإعلامي بكفاءة عالية، على هذا كان لظهور شبكة الإنترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك من خلال الخدمات المباشرة، وكذلك من خلال الاختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية، وأسهمت منكنبات الإنترنت في تلتمس حاجات جماهير وسائل الإعلام وساعد البريد الإلكتروني في اختصار المسافة الاتصالية بين اللقائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية، وجماهور هذه الوسائل وهو ما يطلق عليه الاتصال التفاعلي بعدما كانت العملية الإعلامية تسمير باتجاه أحادي من الوسيلة الإعلامية إلى جماهورها.

واستفادت جميع الوسائل التقليدية للإعلام من الإنترنت لزيادة انتشارها ووصولها إلى كل مكان في العالم دون تكلفة تذكر، بعدها كان الكثير منها يوزع في نطاق محدود، كما "ساعد الإنترنت من خلال سهولة الاتصال بالشبكة وسرعته من قبل الجميع أينما وجدوا، هذا بالإضافة إلى تميز المواد المقدمة من قبل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة" (اللبان، ٢٠٠١: ص: ٩٨).

لأجل هذا تغيرت صور الوسائل الإعلامية كثيراً بعد ظهور وانتشار شبكة الانترنت عالمياً، حيث باتت هذه الشبكة كوسيط اتصالي جديد بالإضافة إلى التطبيقات التقليدية كالإذاعة والتلفزيون والصحف التقليدية، ويعمل الدكتور عباس مصطفى صادق هذا للتغيير بالقول: "لقد تجمعت في الانترنت خبرات الوسائل المادية للاتصالات السلكية واللاسلكية، هي تجمع بين خصائص الاتصال الجماهيري والتخصيص وحق الفرد في تلبية حاجة إعلامياً بمعزل عن الجماعة، ويجانب كون الشبكة نفسها وسيلة اتصالية، تصنف بعض الخدمات من خلال شبكات

ومواقع داخلها على أنها محطات إذاعية أو شبكات تلفزيونية أو الصحف أو وكالات أنباء أو خليط من هذا وذاك" (صانق، ٢٠٠٣: ص ٣٠).

ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت والتي أصبحت من خلالها معايير عالمية جديدة للاتصال الجماهيري، وهنا يقول بودي: "بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت" (Brody, 2001: P138).

### نماذج للتطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت:

تتطور تكنولوجيا شبكة الانترنت وتطبيقاتها بسرعة كبيرة فلا يكاد يمضي يوم إلا ويضاف إلى عالم الشبكة العنكبوتية تطورات لتطبيقات إعلامية موجودة في الشبكة أو تضاف لها، ومن نماذج التطبيقات الموجودة في الشبكة الانترنت (أبو عيشة، ٢٠١٠: ص ٨٥-٨٦):

- وكالات الأنباء: لا تتخلف أي وكالة أنباء عالمية كانت أم محلية عن حجز مواقع لها على شبكة الانترنت، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والاسيوثيتيبرس ووكالة الأنباء الفرنسية وشينغوا ويوناييتد برس توفر جنباً إلى جنب مع وكالات إقليمية وقومية ومحلية خدمات إخبارية بمختلف أنواعها شاملة على النصوص والصور، بعضها مجاناً وبعضها بالمقابل. ومن هنا نجد أن الانترنت شكلت بالنسبة للشعوب العربية وشعوب العالم الثالث ميلاد مرحلة جديدة تحمل فرصاً إضافية لم تكن متاحة في تخصيص صحافة مطبوعة نظراً لكثير من العوائق منها التكلفة والحاجة للتخطيط والتصريح وعدم وجود عائد مادي واضح وكثير ما يميزها التخصص في متابعة الأخبار بشكل أكثر تحديداً لمحافظة وربط المجتمع بالصحيفة بشكل يومي، فالصحافة الإلكترونية تعتبر مرادفاً للصحافة المطبوعة

على الأقل بالوقت الحالي ومع تطور تكنولوجيا التعليم قد نرى تحولاً للصحافة الإلكترونية بحكم أنها مرتبطة مع الإنترنت وهي أكثر وأوسع انتشاراً من الصحافة المطبوعة الأمر الذي يتطلب التواجد في مكان وزمن محدد (أبو عيشة، ٢٠١٠: ص ٨٦).

#### النشر الإلكتروني:

من أبرز المستجدات التكنولوجية التي تركزت عليها الصحافة الإلكترونية في مجالات إنتاج للمعلومات: شبكة الإنترنت بكل ما توفره من إمكانات في العرض، والاستقبال للفعّال، تطبيقات الثورة الرقمية المستخدمة في شبكات الاتصال مثل الترميز الرقمي، وشبكات للهاتف الجوال، أنظمة التصوير الفوتوغرافي الرقمي، أنظمة النشر المكتبي والإلكتروني، الوسائط المتعددة، تقنية للورق الإلكتروني.

والنشر الإلكتروني هو عبارة عن الاختزال والتطويع والبت والتقديم الرقمي للمعلومات، أو هو عملية خلق وثيقة جديدة ينتجها المرسل، ويمكن عرضها بصورة ورقية للكترونية، وميزتها أنها تشمل على النص المكتوب والصور والرسوم التي يمكن توليدها من خلال استخدام الحاسب الآلي.

مفهوم النشر الإلكتروني يقع في مجال مشترك في تخصصات مختلفة كعلم الإعلام، وعلم المكتبات والمعلومات، وعلم الحاسب والطباعة والنشر فكل علم من هذه العلوم ينظر للنشر الإلكتروني من وجهة نظره ومن جانبه، ارتباط النشر الإلكتروني بثروة الاتصال والمعلومات وهو مجال سريع التغيير يشهد كل يوم شيئا جديدا مما يجعل التغيير مستمر في النشر.

إن النشر الإلكتروني هو: أي مادة غير مطبوعة بالأساليب التقليدية وتنتشر في شكل رقمي وتحمل على لوعية للكترونية.

وعرف سيرنغ النشر الإلكتروني: هو اختزان والتطويع والبيث للرقمي لمعلومات ونشرها،

لكنها تصاغ في شكل بناء، ويمكن إنتاجها بشكل ورقي أو رقمي.

وهناك الكثير من صور وأشكال للنشر الإلكتروني أهمها:

١. قواعد المعلومات على الخط المباشر، وهي عبارة عن شبكة معلومات.

٢. تكنولوجيا الطباعة باستخدام الحواسيب.

٣. النشر باستخدام cd و dvd.

٤. الميديا الجديدة (وسائل الاتصال الجديد).

المبحث الثالث: أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية مقارنة بمواقعها

### على شبكة الإنترنت

#### المقدمة:

دأب الإنسان منذ القدم على تطوير أساليب اتصاله مع الآخرين، ولقد مرت هذه العملية بعدة مراحل، بدأت بالمشاهدة ثم الكتابة ثم الطباعة ثم الموجات الكهرومغناطيسية والإلكترونية، التي شهدت اكتشاف التليفون والتلغراف والفونوغراف، والراديو، والتلفزيون، وهي وسائل حولت العالم إلى قرية صغيرة.

كما شهد العالم في نهاية القرن الماضي، وبالتحديد في التسعينيات، مرحلة تكنولوجية اتصاله جديدة تتسم بجمع المزايا التكنولوجية المتوفرة في عدة وسائل في وسيلة واحدة، بقصد تحقيق الهدف النهائي لعملية الاتصال، وهو توصيل الرسالة إلى الجمهور، وإحداث التأثير المطلوب، وقد أطلق على هذه المرحلة العديد من المسميات أبرزها: مرحلة الاتصال متعدد الوسائط Multimedia، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية Interactive، ومرحلة الوسائط المهيمنة Hypermedia (عبد الحسيب، ١٩٩٧: ص ٢٧).

وتعد شبكة الإنترنت في مقدمة الوسائل الاتصالية التي تجسد خصائص عدة، فمن خلالها يستطيع كل مستخدم الوصول إلى المعلومات التي يريدها بأقل جهد وأقصر وقت، وأن يكون مرسلًا ومستقبلًا في آن واحد، وأن يتابع من خلالها وسائل الإعلام للتقليدية، وهو ما لا يتوفر لأي وسيلة أخرى. ولقد دفعت هذه التطورات للصحف لإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت، خاصة مع الارتفاع المتزايد لعدد مستخدمي الشبكة، والأرباح الكبيرة للإعلانات والتجارة من خلالها، علماً أن مواقع هذه الصحف اقتصررت في البداية على التعريف بها ونشر معلومات عنها، ثم تطورت إلى عرض محتويات نسخها المطبوعة (بخيت، ٢٠٠٠: ص ٦-٧).

تسير صناعة الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الالكترونية، بشكل تكون للغلبة فيه للصحافة الورقية، ويناسب هذا مع الدول التي ما زالت نسب الأمية فيها مرتفعة، وكذلك معدلات الدخل المنخفضة التي تعوق التوسع في استخدام الأفراد للصحافة المستعينة بالحاسبات الالكترونية، ويتوقع أن تسير الصحافة المطبوعة الورقية مع الصحافة الالكترونية بشكل متوازي مع تزايد في الاتجاه لاستفادة الصحافة المطبوعة الورقية من شبكة الانترنت سواء في عمليات التحرير، أو الاتصالات، أو في النشر لإعداد من الصحف في شكل ملخصات أو نسخ كاملة، وهذا السيناريو متوقع لنتشاره في الدول الأخذة في النمو والتي يتزايد فيها استخدام الحاسبات الالكترونية ومطاطعات الصفوة، وفي مجالات متخصصة.. ويتوقع أيضا أن تقل بشكل تدريجي خدمات الصحافة الورقية، ويزداد فيه الاعتماد على الحاسبات الالكترونية في الاستفادة من الخدمات الإعلامية الإخبارية والمعلوماتية التي تقدمها شبكات المعلومات وقواعد البيانات من خلال نشر نسخ الجرائد والمجلات الالكترونية للتفاعلية الكاملة، وصولا إلى ما يطلق عليه الجريدة الالكترونية تحت الطلب Newspaper on Demand أو الجريدة التفاعلية Interactive Newspaper التي يختار الشخص محتوياتها بنفسه يوميا من الشبكة بعد أن يكون قد حدد Interactive Newspaper (عبود، ٢٠١٢: ص ٣٠).

### تأثير الإنترنت على صناعة الإعلام العربي:

هذه الخلفية قد تساعدنا في إلقاء الضوء على ما يحمله هذا للقادم الجديد المسمى بالانترنت من تغيير قد يهدد الوضع القائم بالنسبة للصحيفة المطبوعة وغيرها من وسائل الاتصال والأعلام الجماهيري، ما نعرفه اليوم عن علاقة الانترنت بالمطبوعة الصحفية من خلال الواقع هو ما يلي (أبو عيشة، ٢٠١٠: ص ٢٣١-٢٣٣):



أولاً: إن غالبية الصحف اليومية في الغرب وفي العالم العربي تدير مواقع الكترونية خاصة بها وتصدر طباعات الكترونية، وتشير إحصائيات مؤسسة نيوزلينك الأمريكية في نهاية عام ١٩٩٨ إلى أن عدد الصحف التي تدير مواقع على الشبكة في العالم قد وصل إلى ٤٩٠٠ جريدة أمريكية، بينما لم يتجاوز عدد الصحف الالكترونية على الشبكة الثمانين صحيفة في نهاية عام ١٩٩٤، وهذه الأرقام تشمل الصحف اليومية والأسبوعية والدوريات والمجلات وغيرها من المطبوعات، وبينما تتبوا المطبوعات الأمريكية مركز للصدارة من حيث عدد المواقع الالكترونية فإن للمطبوعات تشكل نسبة ٤٣% من إجمالي هذه المواقع.

وفي العالم العربي فإن هناك ما لا يقل عن مائة موقع الكتروني لصحف عربية يومية وأسبوعية وهذا الرقم في ازدياد مستمر.

ثانياً: إن عددا لا بأس به من كبريات الصحف في أمريكا وأوروبا واليابان قد فصل ما بين الجريدة المطبوعة والنسخة الالكترونية من حيث الإدارة والتحرير وطبيعة المحتوى ومصادر الدخل أو الإنفاق لكل منهما، مثال على ذلك صحف واشنطن بوست والنيويورك تايمز ولشيكاجو تريبيون الأمريكية والناينتشال تايمز للندن، وأصبحت النسخ الالكترونية بوابات إعلامية شاملة تجدد محتواها على مدار الساعة طيلة أيام الأسبوع وتسبق في كثير من الأحيان النسخ المطبوعة في نشر الأخبار.

ثالثاً: إن عددا من هذه المواقع الالكترونية المملوكة من دور النشر الصحفية بعد اليوم من أنجح البوابات الالكترونية على الشبكة من حيث عدد الزوار أو المشتركين وحجم الدخل الاعلاني بحيث أصبحت هذه البوابات مستقلة تماما عن النسخة المطبوعة وتقدم خدماتها على مدار الساعة، إلا أنه يجدر القول واستنادا إلى تقرير مؤسسة بل إن عددا لا بأس به من الصحف أغلق مواقعها الالكترونية تقريبا مائة صحيفة خلال شهر بسبب الخسائر.

رابعاً: أن هناك مواقع إخبارية إلكترونية نشأت في بيئة الانترنت أو ما يسمى اليوم بالفضاء التفاعلي وحقت نجاحاً باهراً إلى حد دفعها للخوض في عالم النشر التقليدي أيضاً أي ما يسمى بالهجرة المعاكسة مثال على ذلك مجلة (Wired).

خامساً: إن جاذبية الانترنت تكمن في سهولة نشر المعلومات عليها واسترجاعها منها وكونها وسيلة إعلام تفاعلية تمكن المستخدم من حرية التصفح وإبداء رأيه ولختيار ما يريده من معلومات، كما أنها لا وسيلة اتصال بالهاتف عن طريق الشبكة وسماع للموسيقى وحتى مشاهدة الأفلام، لذلك فإن الانتفاع بالشبكة ليس مجرد محصوراً بالصحف الالكترونية وإنما يتعدى ذلك إلى حيز أرحب وأمتع.

سادساً: إضافة إلى ذلك أن الانترنت باتت تعني القمة في التعبير عن حرية الرأي بعيداً عن مقص الرقيب وقوانين المطبوعات والنشر فلا حاجة لترخيص من وزارة الإعلام ولا لأن تنوزع أو رخصة مطبعة أو موجة بث، فالانترنت تجاوزت كل هذا وما يحدث اليوم في سوريا مثلاً من انفتاح حذر على العالم كان عنوانه الرئيسي للسماح بدخول الانترنت وكذلك كان الأمر في السعودية وليبيا وغيرها من الدول المحافظة.

سابعاً: لا شك أن الانترنت وهي اليوم في قلب ثورة المعلومات قد أصبحت سمة مميزة لواقع العولمة الذي نعيش، فالكلام لليوم هو عن الحكومة الالكترونية دبي، قطر والأردن وعن التجارة الالكترونية ومدن الانترنت وجامعات الانترنت وغير ذلك. وبافتراض أن سنوات- وقد تكون عقود- تقلصنا عن تحقيق كل ذلك، ناهيك عن تحديات البطالة والفقر والتخلف والمرض والجفاف والجفاء السياسي بين بعض الدول العربية، فإن استشراف المستقبل يؤكد أننا سنكون يوماً جزءاً من هذا التحول المعلوماتي ضمن إطار

للقرية العالمية سواء شئنا أم لم نئينا، هذا التغيير سيشمل كافة مناحي الحياة والصحافة المطبوعة بشكلها وواقعها الحالي لن تكون مستثناء طبيعة الحال.

لستراتيجيات النشر الالكتروني في العالم العربي:

حتى الآن لا يوجد إستراتيجية أو حتى رؤية واضحة لدى الناشرين العرب لمدى تأثير الانترنت على الصحيفة المطبوعة كصناعة وكحرفة، إلا أن هناك توجهين (أربعين، ٢٠١٠، ص: ٢٣٣-٢٣٥):

الأول: اعتماد سياسة الحد الأدنى للمتمثلة في إطلاق نسخ الكترونية صماء من الصحيفة المطبوعة بأقل التكاليف ودون دخل يذكر والاكتفاء بالإشارة إلى أن الصحيفة موقعا على الانترنت يقوم بدور التواصل ما بين الصحيفة وقارئها أينما كان، وهذا للتوجه هو الغالب الآن:

والثاني: هو الدخول إلى عامل الشبكة العنكبوتية بقوة من خلال بناء مواقع متميزة أقرب ما تكون إلى البوابات الشاملة، وإن كان هذا التوجه نادرا اليوم فإن هنالك إشارات إلى أن بعض الناشرين في العالم العربي قد يبدأ في دراسة هذا الأمر جديا، مثال ذلك صحيفة الشرق الأوسط للندن والنهار والديلي ستار اللبنايتين.

إنها مسألة وقت إن ترافقها حسابات اقتصادية دقيقة، وفي هذا الأثناء يزداد عدد البوابات الشاملة في هذا العالم العربي بدءا من الشبكة العربية لارابا اون لاين ومرورا ببوابات بدأت تطل برأسها مثل بلاينت لارابيلا ونسبج والبوابة، إضافة إلى عدد من المواقع العربية التي تقدم خدمات بعينها مثل مكتوب للبريد الالكتروني ولين ولراب فتيستا للبحث و go dubai أو اذهب إلى دبي المتخصصة بكل ما يتعلق بمدينة دبي.

ما يميز البوابات الشاملة أن خدماتها لا تنحصر في تقديم أخر الأنباء السياسية وعلى مدار الساعة بل تقدم أيضا معلومات اقتصادية ومحركات بحث ومنشآت نقاش ساخنة، كما أنها تغنى بأخبار الرياضة والفن والأدب وتقدم شرائط موسيقية ومنصات لإرسال الرسائل القصيرة للهواتف الخلوية وأقساماً للتسوق الإلكتروني لشراء الكتب والاسطوانات والى غير ذلك من الخدمات، وتتمثل قوة البوابات الشاملة في انها لا تقدم لزوارها معظم ما يحتاجون إليه من معلومات وخدمات من خلال حيز تفاعلي واحد.

وحتى بالنسبة للمحتوى فإن عدداً من البوابات تعاقب مع كبريات الصحف والمجلات العربية والأجنبية لشراء مقالات ومواضيع لإعادة نشرها إضافة إلى اعتمادها على وكالات الأنباء المعروفة وشبكة المراسلين الخاصة بها، وإذا كان من حتمية للتنافس في المستقبل على المستخدمين فانه سيكون بين هذه البوابات ومواقع الصحف الالكترونية التي أثر أصحابها اتخاذ للتوجه الثاني وهو دخول غمار البوابات الشاملة (أبو عيشة، ٢٠١٠، ص: ٢٣٣-٢٣٥).

الصحف اليومية الورقية مقارنة بمواقعها على شبكة الإنترنت:

#### أولاً: الصحافة الورقية:

يرى حجاب (٢٠٠٨، ص ٩٣-٩٦) أن للصحف الورقية عدة وظائف رئيسية تأتي من خلال إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحواث تتعلق بالشؤون الداخلية والخارجية. وأيضاً تقدم الصحف الورقية الشرح والتفسير والتحليل بتقديم مزيد من التفاصيل والتوضيحات للأحداث المختلفة للموضوعات والقضايا المثارة في مجتمع ما.

وتقوم الصحف الورقية بالتوجيه والنقد بمعنى أنها لا تقتصر على نشر الحواث بل تعلق عليها وتناقشها، تحقيق التكامل والترابط بين أجزاء المجتمع بدعم للوحدة المحلية والقومية في إطار جغرافي أو سياسي معين وتدعيم إحساس الأفراد بذلك. ونقل التراث

الثقافي بتعريف الأجيال المختلفة بالقيم الاجتماعية والتقاليد للمساهمة في عملية التنشئة الاجتماعية للأجيال الجديدة. والتوثيق والتاريخ التي تقوم الصحافة بدورها بتسجيل وقائع الحياة الاجتماعية ورصد الوقائع التاريخية المتلاحقة ومتابعتها. والتسلية والترفيه من خلال التخفيف عن القراء من آثار التوتر والمعاناة اليومية ومساعدتهم على قضاء أوقات فراغهم. والصحف تعد وسيلة تقنية تربوية مؤثرة على الأفراد والجماعات على السواء، إذ أنها تخدم التربية وتنقل التراث، فهي وسيلة مهمة للاتصال حيث يلتقي رجال الفكر والثقافة والعلم بجميع أفراد المجتمع، كما أنها وسيلة وتقنية لنقل الأفكار التربوية والتقنية بطريقة سريعة وسهلة، وأشمل فائدة (الدعيلج، ٢٠١٠، ص ٧٤).

إيجابيات الصحافة المطبوعة : (سليمان، ٢٠٠٩، ص ٦١ - ٦٢)

١- زيادة العلاقة بينها وبين القارئ التي تكونت عبر سنوات طويلة.

٢- لا يحتاج تصفحها غير الإمام بالقراءة والكتابة.

٣- ذات مصداقية أعلى، لاعتمادها على مصادر موثوقة لاستقاء الأخبار، والتزمها أساليب التحرير.

٤- تحفظ حقوق الملكية الفكرية، لضيق فرص الادعاء والانتحال. -

٥- أقل تكلفة من الصحافة الالكترونية.

سلبات الصحافة الورقية

١- غير قادرة على مجاراة الصحافة الالكترونية في السرعة.

٢- التفاعل مع القراء أقل، وللمجال أمام أصحاب الرأي من كل المستويات أضيق.

٣- معرضة لتسلط الرقيب، وما ينتج من ذلك من تضيق على الرأي، ومصادره للصحيفة، وملاحقة للصحفيين.

## ثانياً: الصحف الالكترونية:

رغم حداثة الصحافة الالكترونية إلا أنها أصبحت منافساً للصحافة الورقية وتكاد تتفوق عليها من حيث اعتماد الجمهور عليها خصوصاً حول الأحداث الجارية الآتية. إذ يتابع الجمهور الصحافة الالكترونية ويتفاعل مع الأخبار ويغلق عليها وهذه ميزات لا توجد بالنسبة للصحافة الورقية. أضف إلى ذلك أن الجمهور ليس على استعداد لانتظار تفاصيل الأخبار في الصحيفة في اليوم القادم خصوصاً وعصرنا هذا هو عصر السرعة. وتأخذ مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت أحد الشكلين: (أمين، ٢٠٠٧، ص ٩٩).

١- صحف الكترونية تقدم للمضمون الورقي الكامل، كما هو بعد تحويله إلى الشكل الالكتروني.

٢- صحف الكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.

### مزايا وسائل الإعلام الالكترونية

بالمقارنة مع وسائل الإعلام الصحفية للطباعة فإن وسائل الإعلان الالكترونية

تتناول هذا الموضوع إضافة إلى العديد من الميزات ومنها: (الدليمي، ٢٠١١، ٢٣)

١- وفرة المحتوى.

٢- يقوم الكاتب بإظهار وجهة نظره بدون رقابة.

٣- تعميق الشفافية في السياسات الحكومية.

٤- وضع للصحافة نفسها من حيث التنمية والتحرير من الضوابط.

٥- تخفيض تكلفة المعاملات والاتصالات وكذلك تخفيض تكلفة الحصول على

المعلومات.

كما يضيف باحث آخر مميزات أخرى لهذا النوع من الصحف مركزين على النقاط التالية:

١- إمكانية توزيعها على مدى أربع وعشرين ساعة بينما ينتظر القارئ يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحيفة الورقية.

٢- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت ضمن خاصية تحديث الصحيفة الإلكترونية.

٣- إمكانية إنتاجها بناءً على طلب القارئ وهو ما بات يعرف بالأخبار تحت الطلب News On Demand.

٤- إمكانية تعديلها لتلبي حاجات القارئ. (نصر، ٢٠٠٣، ص ١٠٣-١٠٤).

سمات نجاح الصحافة الإلكترونية : (أمين، ٢٠٠٧، ص ١٠٥-١٠٨)

١- التفاعلية.

٢- العمق المعرفي.

٣- المباشرة والتحدث المستمر.

٤- تعدد خيارات التصفح.

٥- سهولة التعرض.

٦- إمكانية توزيعها وإمكانية تعرض القارئ لها على مدى ٢٤ ساعة.

٧- صدورها في الوقت الحقيقي لتحريرها.

٨- عدم وجود مشكلة في المساحة للكتابة.

للتحديات التي تواجه الصحف الإلكترونية: (الدليمي، ٢٠١١، ص ٢١)

١- الصعوبات المادية المتعلقة بالتمويل وتسديد المصاريف.

٢- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام.

٣- ندرة الصحفي الإلكتروني.

٤- ضعف العائد المادي للإعلانات في الصحافة الإلكترونية لشعور المعلن بعد الثقة

تجاه هذا النوع من الصحافة.

٥- غياب الأنظمة واللوائح والقوانين التي تنظم عمل هذه الصحافة.

٦- التحديات التي تواجه الصحافة العربية عموماً.

الخدمات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية (أمين، ٢٠٠٧، ص ١٠٢ - ١٠٥)

تعد مواقع الصحف الإلكترونية من أكثر المواقع المتواجدة على شبكة الانترنت جذباً للقراء، إن مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نمواً وحركة بين مواقع الانترنت، وهي نتيجة لم تكن متوقعة، خاصة وأن هناك تقارير تحدثت أن المواقع الإلكترونية للصحف لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة، وتقوم الصحافة الإلكترونية بتقديم عدد من الخدمات للجمهور المتلقي منها :

١- خدمة البحث.

٢- خدمة البحث في الأرشيف.

٣- خدمة قراءة عدد اليوم أو عدد الأمس.

٤- خدمة تقديم الإعلانات إلى الصحيفة المطبوعة.

٥- خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية.

٦- خدمة البريد الإلكتروني.

٧- خدمة مجموعات الحوار.

٨- خدمة الإعلانات المبوبة.

مستقبل المنافسة بين الصحف الورقية والإلكترونية:

حينما تظهر وسيلة إعلامية جديدة ثمة تساؤلات تطرح وتثار، عن مزايا وسلبيات

الوسيلة الجديدة، وأثرها على الوسيلة التقليدية (القديمة) بالقياس إلى الوسيلة الجديدة، وهذا ما

حدث توصل العقل الإنساني إلى الراديو والتلفزيون، ودرجة تأثيرها على الصحافة المطبوعة



على الورق، وهو ما يحدث الآن من جدل حول مستقبل العلاقة بين الصحف الورقية بشكلها التقليدي، والصحف الإلكترونية بإمكانياتها المتعددة ومن شأن الصحف الإلكترونية طمس الفرضية التي تقوم بتعدد خيارات وصول الناس إلى أوعية المعلومات ومصادر الأخبار الإلكترونية، بالإضافة إلى حرية التحكم في شكل ومضمون الوجبة الاتصالية التي سمحت بها التقنية الحديثة، ربما تكون هي أبرز العوامل التي تحدد شكل ومستقبل الإقبال على هذه الوسائل الجديدة، وبالتالي نمط العلاقة مع الصحافة التقليدية، والقضية وإن بدت قضية اختيار من جهة القارئ، وتتأقاس على إرضائه من قبل الصحف، ربما تتجاوز مفهوم حلول وسائل الإعلام الجديدة مكان القديمة إلى علاقة أقل التزاماً من القارئ للمستهلك وأخف إلزاماً من جهة حارس البوابة في الصحيفة الذي تمتع طويلاً بوظيفة تحديد اهتمامات القراء بالنيابة عنهم، وكان هذا كله يبرر بعلاقة ندية بين المستهلك والمنتج، تتحرك بانسيابية وهذوء، على الرغم من أنها في حقيقتها تحمل بنور ثورة مفاهيم شاملة من حيث قدرتها على تبديل الأنوار، واكتساح العديد من قواعد النشر وأساليب توزيع المعلومات والأخبار المعهودة (سليمان، ٢٠٠٨: ٢٦).

وهنا لا بد أن نأخذ في الاعتبار عدة أمور:

أولاً: أنه في تاريخ وسائل الاتصال منذ نشأتها وحتى الآن لم تلغ وسيلة اتصال متطورة الوسيلة القديمة، بل تستوعبها وتطورها، ويخرج من تفاعل الوسيطتين أو الوسائل معاً وسيلة جديدة تتيح إمكانيات جديدة ومتعددة للجمهور في الاتصال وتبادل المعلومات.

ثانياً: أنه بالرغم من التشابه بين وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية في عديد من السمات، إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة، وأبرزها التفاعلية، واللامكانية، واللامكانية.

ثالثاً: أن أي وسيلة اتصال مستخدمة في المجتمع تمر بثلاثة مراحل في التبنّي والاستخدام وهي:

١- المرحلة الصفوية: حيث تستخدم على نطاق الصفوة لأسباب تتعلق بارتفاع نفقات الاستخدام، والمهارات الأساسية المطلوبة للتشغيل.

٢- المرحلة التخصصية: حيث تبدأ في الانتشار على مستوى الصفوة الاقتصادية أو التقنية أو قطاع معين.

٣- المرحلة الجماهيرية: حيث تبدأ الوسيلة في الانتشار وسط قطاعات كبيرة من الجماهير نتيجة لبساطة الاستعمال، ورخص التكلفة، والفائدة الشخصية، ويصاحب ذلك الإنتاج الجماهيري لتلك الوسائل.

رابعاً: إن الصحافة الورقية تواجه عدة تحديات خطيرة في الوقت الراهن، منها ما يتعلق بالجوانب الاقتصادية، والبيئية، أو تحديات أخرى.

خامساً: إن الإنسان عادة ما يميل إلى استخدام الوسيلة الاتصالية التي تعطيه الخدمة الأشمل والأكثر جانبية بأقل جهد مبنول، وبأقل تكلفة وإن للطبوع بشكل عام، والكتاب والجريدة بشكل خاص ما زال لهما بريق خاص لأسباب تاريخية وثقافية عند الأجيال الحالية، أو قطاعات كبيرة منها (أمين، ٢٠٠٧: ١٢٨).

### الفصل الثالث

#### نتائج الدراسة الميدانية

قبل استعراض نتائج الدراسة نستعرض عينة الدراسة والأداة المستخدمة للوصول إلى

البيانات اللازمة للإجابة عن أسئلة الدراسة.

#### عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من (٢٠٠) مفردة من الجمهور الأردني، تم اختيارهم بطريقة

العينة العمدية، والجدول (١) يوضح توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية.

الجدول (١): توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (ن=٢٠٠)

المتغيرات	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	144	72
	أنثى	56	28
	المجموع	200	100
العمر	١٨-٢٢ سنة	31	15.5
	من ٢٣ إلى ٢٦ سنة	32	16
	من ٢٧ إلى ٣٠ سنة	59	29.5
	من ٣١ سنة فأكثر	78	39
	المجموع	200	100
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فما دون	12	6
	دبلوم	9	4.5
	بكالوريوس	171	85.5
	دراسات عليا	8	4
	المجموع	200	100
المهنة	طالب	18	9
	أعمال حرة	29	14.5
	موظف	139	69.5
	لا عمل	14	7
	المجموع	200	100
المستوى الاقتصادي	منخفض	62	31
	متوسط	122	61
	مرتفع	16	8
	المجموع	200	100

الجدول (٢): توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالإنترنت

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	174	87
لا	26	13
المجموع	200	100

- بالنسبة لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالإنترنت، نلاحظ أن الذين يمتلكون تلفون محمول متصل بالإنترنت هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (١٧٤) بنسبة مئوية (٨٧%)، بينما بلغ تكرار الذين لا يمتلكون تلفون محمول (٢٦) وبنسبة مئوية (١٣%) ويعزو السبب في ذلك إلى أن الهاتف المحمول المتصل بالإنترنت أصبح حالياً من مستلزمات الحياة ولم يعد من الكماليات وخاصة أنه أصبح الإنترنت جزءاً لا يتجزأ من ضرورات الحياة لأي شخص أصبح يلجأ للإنترنت لمتابعة الأحداث والأخبار اليومية.

الجدول (٣): توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير امتلاك جهاز حاسوب متصل بالإنترنت

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	162	81
لا	38	19
المجموع	200	100

- بالنسبة لمتغير امتلاك جهاز حاسوب متصل بالإنترنت، نلاحظ أن الذين يمتلكون جهاز حاسوب متصل بالإنترنت هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (١٦٢) بنسبة مئوية (٨١%)، بينما بلغ تكرار الذين لا يمتلكون تلفون محمول (٣٨) وبنسبة مئوية (١٩%)، وهي نتيجة طبيعية بضوء مستلزمات الحياة الحالية فالإنترنت أصبح جزءاً لا يتجزأ من متطلبات الحياة اليومية وخاصة أن الأشخاص يلجئون للإنترنت في ضوء المنافسة الحالية وأصبح الإنترنت شيئاً ليس بالمعقد لامتلاكه واستغلاله في الحياة اليومية.

الجدول (٤): توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير إجابة التعامل مع الكمبيوتر

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
94	188	جيد
6	12	ضعيف
100	200	المجموع

- بالنسبة لمتغير إجابة التعامل مع الكمبيوتر، نلاحظ مستوى إجابة التعامل مع الكمبيوتر "جيد" هو الأكثر تكراراً والذي بلغ (١٨٨) بنسبة مئوية (٩٤%)، بينما مستوى إجابة التعامل مع الكمبيوتر "ضعيف" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (١٢) بنسبة مئوية (٦%) وهي نتيجة ليس بالجديدة وخاصة في ضوء التكنولوجيا في وقتنا الحاضر فقد أصبح لجادة التعامل مع الكمبيوتر لكل شخص ولكل فرد سواء أكان ذكر أو أنثى شيئاً ضروري لمواكبة التطور في وقتنا الحاضر.

#### صدق الأداة:

قام الباحث باستخدام الاستبانة كوسيلة لجمع المعلومات بغرض الوصول إلى أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها والتأكد من صدق أداة الدراسة تم عرضها على عدد من المحكمين والبالغ عددهم (٥) محكمين من ذوي الخبرة والكفاءة ملحق رقم (٢) يوضح قائمة بأسمائهم، وكان الغرض من ذلك الحكم على درجة مناسبة الصياغة اللغوية، ومدى انتماء الفقرة للمجال، بالإضافة إلى الحذف أو الإضافة وإجراء التعديلات اللازمة، وبناءً على إجماع غالبية المحكمين، تم تعديل الاستبانة بناءً على ملاحظاتهم ومقترحاتهم، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين وتعديل فقرات الاستبانة، بحيث أصبحت (١٨) سؤالاً موزعة على ستة أجزاء وملحق رقم (٣) يبين الاستبانة بصورتها النهائية.

## ثبات أداة الدراسة:

بغرض التأكد من ثبات أداة الدراسة، تم تطبيق معادلة ثبات الأداة (كرونباخ ألفا) على

مقاييس الدراسة الثلاث التالية، والجدول (٥) يوضح ذلك.

جدول (٥): معاملات كرونباخ ألفا الخاصة بمجالات الدراسة والأداة ككل

الرقم	المجال	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا
١	أسباب جذب الجمهور الأجنبي لزيارة مواقع الصحف على الإنترنت	٧	٠,٧٩
٢	الاشتياعات لفتي تحققها الصحف الورقية	١١	٠,٨٥
٣	الاشتياعات للمتحركة من خلال تصفح مواقع الصحف	١١	٠,٨٧

المعالجة الإحصائية:

تم تفريغ البيانات وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS) ولقد اعتمد الباحث على:

- التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.
- معامل الاتساق للداخلي كرونباخ ألفا لجميع مجالات الدراسة لتأكد من ثبات أداة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن جميع فقرات كل مجال من مجالات أداة الدراسة.
- التكرارات والنسب المئوية لأسئلة إجابات أفراد عينة الدراسة عن جميع فقرات كل مجال من مجالات أداة الدراسة.
- اختبار Independent Samples Test واختبار One way ANOVA واختبار scheffe للمقارنات البعدية.
- تطبيق تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة بين متغيرات الدراسة.

## أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

وفيما يلي نستعرض نتائج الدراسة

من ١. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: هل يقوم المبحوثين بقراءة الصحف اليومية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة

الدراسة تبعاً لقراءتهم للصحف اليومية الورقية الأردنية، الجدول (٢) يوضح ذلك.

الجدول (٦): توزيع أفراد العينة تبعاً لقراءة الصحف الورقية اليومية الأردنية ومرتببة ترتيباً تنازلياً

(ن=٢٠٠)

النسبة المئوية	التكرار	قراءة الصحف اليومية
58.5	117	الاثنان معا
22	44	الصحف اليومية الورقية فقط
19.5	39	مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت فقط
100	200	المجموع

يظهر من الجدول (٦) أن النسب المئوية تراوحت بين (١٩,٥%-٥٨,٥%)، ونلاحظ

أن الذين يقرؤون الاثنان معا (الصحف الورقية ومواقع الصحف الورقية على شبكة

الانترنت) هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (١١٧) بنسبة مئوية (٥٨,٥%)، ويليه يقرؤون الصحف

الورقية فقط بتكرار (٤٤) بنسبة مئوية (٢٢%)، بينما الذين يقرؤون مواقع الصحف الورقية

على شبكة الانترنت هم الأقل تكراراً والذي بلغ (٣٩) بنسبة مئوية (١٩,٥%)، وربما يعزو

السبب في ذلك إلى أن الجمهور الأردني مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري،

وأن الجمهور المتلقي جمهور إيجابي نشط في استخدامه لوسائل الإعلام، وهو استخدام موجه

لتحقيق أهداف معينة يحددها. ولأن الجمهور المبادر في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات

واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

م ٢. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما الصحف التي يقوم المبحوثين بقراءتها؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة

للدراسة وبلغ عددهم (١٦١) تبعا للصحف التي تقوم العينة بقراءتها، الجدول (٧) يوضح ذلك.

الجدول (٧): توزيع أفراد العينة تبعا للصحف التي يقرأها للعينة ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٦١)

الصحف	التكرار	النسبة المئوية
الرأي	93	46.5
الدستور	81	40.5
الغد	75	37.5
العرب اليوم	50	25
الديار	18	9
الأنباط	18	9

يمكن اختيار أكثر من بديل

يظهر من الجدول (٧) أن صحيفة "الرأي" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (٩٣) بنسبة

مئوية (٤٦,٥%)، ويليه صحيفة "الدستور" بتكرار (٨١) وبنسبة مئوية (٤٠,٥%)، ومن ثم

صحيفة "الغد" بتكرار (٧٥) وبنسبة مئوية (٣٧,٥%)، ومن ثم صحيفة العرب اليوم بتكرار

(٥٠)، وبنسبة مئوية (٢٥%)، بينما صحيفتي "الأنباط" و"الديار" هما الأقل تكراراً والذي بلغ

كلاهما (١٨) وبنسبة مئوية (٩%)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن الرأي صحيفة يومية

منتظمة وتعد ثاني صحيفة شبه رسمية، وتحرص على الموضوعية والحياد في نقل الخبر

واستكمالها بكافة عناصره.



من ٣. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما مدى انتظام المبحوثين في شراء الصحف اليومية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمن يقرأ للنسخ الورقية وبلغ عددهم (١٦١) فرداً تبعاً لانتظامهم في شراء الصحف اليومية للورقية الأردنية، الجدول (٨) يوضح ذلك

الجدول (٨): توزيع أفراد العينة تبعاً لانتظام العينة في شراء الصحف اليومية ومرتبة ترتيباً تنازلياً (ن=١٦١)

الانتظام في شراء الصحف اليومية	للتكرار	النسبة للمئوية
أحياناً	76	47.2
نادراً	36	22.4
مطلقاً	31	19.3
دائماً	18	11.2
المجموع	161	100

يظهر من الجدول (٨) أن النسب المئوية تروحت بين (١١,٢%-٤٧,٢%)، كان أعلاها تكراراً للانتظام في شراء الصحف اليومية "أحياناً" والذي بلغ (٧٦) بنسبة مئوية (٤٧,٢%)، ويليه تكرار الانتظام في شراء الصحف اليومية "نادراً" والذي بلغ (٣٦) بنسبة مئوية (٢٢,٤%)، وأقلها للانتظام في شراء الصحف اليومية "دائماً" تكراراً والذي بلغ (١٨) بنسبة مئوية (١١,٢%)، وربما يعزو للسبب في ذلك إلى التكلفة المالية التي يتحملها الجمهور، في حين أنه من الصعوبة بمكان أن تشترك في كافة هذه المطبوعات أو تقتنيها.

من ٤. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: مدى تأثير الاعتماد على زيارة مواقع الصحف على التعرض للصحف اليومية الورقية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة لمن يقرأ للصحف الورقية والإلكترونية كلاهما معا وبلغ عددهم (١١٧) تبعاً لمدى

تأثير الاعتياد بزيارة مواقع الصحف على شراء الصحف اليومية الورقية، الجدول (٩) يوضح ذلك.

الجدول (٩): توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى تأثير الاعتياد بزيارة مواقع الصحف على شراء الصحف اليومية الورقية ومرتبته ترتيباً تنازلياً (ن=١١٧)

مدى تأثير الاعتياد بزيارة مواقع الصحف على شراء الصحف اليومية الورقية	للتكرار	النسبة المئوية
لا، لشترها كما كنت قبل اعتياد زيارة المواقع	89	76.1
نعم، لشترها كما كنت قبل اعتياد زيارة المواقع	28	23.9
المجموع	117	100

يظهر من الجدول (٩) أن النسب المئوية تراوحت بين (٢٣,٩%-٧٦,١%)، ونلاحظ

أن الذين لا يشترون كما كانوا قبل اعتياد زيارة المواقع هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (٨٩) بنسبة مئوية (٧٦,١%)، بينما الذين يشترون كما كانوا قبل اعتياد زيارة المواقع هم الأقل تكراراً والذي بلغ (٢٨) وبنسبة مئوية (٢٣,٩%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى اعتماد على المواقع الإلكترونية في قراءة الصحف ولا بد من الإشارة إلى أن زيارة المواقع الإلكترونية تخفض من العبء للمادي مقارنة مع شراء للصحيفة الورقية.

٥. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: من يقوم بشراء الصحف اليومية الورقية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة

الدراسة تبعاً لطريقة شراء للصحف اليومية الورقية الأردنية، الجدول (١٠) يوضح ذلك

الجدول (١٠): توزيع أفراد العينة تبعاً لشراء للصحف اليومية الورقية الأردنية ومرتبته ترتيباً تنازلياً (ن=١٦١)

طريقة شراء للصحف اليومية	للتكرار	النسبة المئوية
لنا أقوم بشترها	66	33
يشتريها أحد أفراد الأسرة	53	26.5
يشتريها أحد الأصدقاء	28	14
لا، لشترها وإنما أقرأها من المكتبة	14	7

يمكن الاختيار أكثر من بديل

يظهر من الجدول (١٠) أن النسب المئوية لطريقة شراء للصحف الورقية تراوحت بين (٧%-٣٣%)، ونلاحظ طريقة "أنا أقوم بشرائها" هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (٦٦) بنسبة مئوية (٣٣%) وربما يعزو في ذلك إلى أنني اعتمد على نفسي في جلب الصحيفة لأنها تعتبر جزءاً رئيسياً من نشاطاتي اليومية التي أحب أن أقوم بها.

يليه طريقة يشتريها أحد أفراد الأسرة بتكرار (٥٣) بنسبة مئوية (٢٦,٥%)، بينما طريقة "لا، أشتريها وإنما أقرأها من المكتبة" هم الأقل تكراراً والذي بلغ (١٤) بنسبة مئوية (٧%) ويعزى السبب في ذلك إلى صعوبة اللجوء إلى المكتبة لقراءة للصحيفة، وخاصة بعد ظهور الصحف الإلكترونية وسهولة اللجوء إليها، والجدير بالذكر لتخفيض أسعار الجريدة في وقتنا الحالي لا يتطلب اللجوء إلى المكتبة أو الذهاب إليها وقرائنها.

٦. النتائج المتوقعة بالإجابة عن السؤال: ما مدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) فرد تبعاً لمدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع، للجدول (١١) يوضح ذلك.

الجدول (١١): توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع ومرتبة ترتيباً تنازلياً (ن=١٦١)

مدى المواظبة على قراءة الصحف اليومية	التكرار	النسبة المئوية
من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً	78	48.4
ثلاث أو أربع مرات أسبوعياً	55	34.2
مرة أو مرتين أسبوعياً	28	17.4
المجموع	161	100

يظهر من الجدول (١١) أن النسب المئوية لمدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال أسبوع تراوحت بين (١٧,٤%-٤٨,٤%)، ونلاحظ مدى المواظبة على قراءة

الصحف اليومية "من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (٧٨) بنسبة مئوية (٤٨,٤%)، ويليه مدى المواظبة على قراءة الصحف اليومية ثلاث أو أربع مرات أسبوعياً بتكرار (٥٥) بنسبة مئوية (٣٤,٢%)، بينما مدى المواظبة على قراءة الصحف اليومية مرة أو مرتين أسبوعياً هي الأقل تكراراً والذي بلغ (٢٨) وبنسبة مئوية (١٧,٤%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى طبيعة الأحداث التي تتناولها الصحف الورقية مما يجعل الجمهور يواظب على شراء الصحف الورقية اليومية من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً.

٧. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الإنترنت خلال أيام الأسبوع؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) فرد تبعاً لعدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الإنترنت خلال أسبوع، الجدول (١٢) يوضح ذلك.

الجدول (١٢): توزيع أفراد العينة تبعاً لعدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الإنترنت خلال أسبوع ومرتبة ترتيباً تنازلياً (ن=١٥٦)

عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الإنترنت خلال أسبوع	للتكرار	النسبة المئوية
من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً	65	41.7
مرة أو مرتين أسبوعياً	34	21.8
ثلاث أو أربع مرات أسبوعياً	31	19.9
أكثر من ٧ مرات أسبوعياً	26	16.7
المجموع	156	100

يظهر من الجدول (١٢) أن النسب المئوية لعدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية

على الإنترنت خلال أسبوع تراوحت بين (١٦,٧%-٤١,٧%)، ونلاحظ عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية أسبوعياً "من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً" هو الأكثر تكراراً والذي

بلغ (٦٥) بنسبة مئوية (٤١,٧%)، ويليه عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية أسبوعياً "مرة أو مرتين أسبوعياً" بتكرار (٣٤) بنسبة مئوية (٢١,٨%)، بينما عدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية أسبوعياً "لا أكثر من سبع مرات أسبوعياً" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (٢٦) وبنسبة مئوية (١٦,٧%)، ويعزو السبب في ذلك إلى طبيعة الأخبار التي تم نشرها على الموقع، وأن مواقع الصحف اليومية الأرنئية تقوم بالتجديد يومياً للأخبار التي تتناولها، ومن ناحية أخرى سهولة التواصل عبر مواقع هذه الصحف وإلى الميزات التي تقدمها.

٨. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) تبعاً لمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية، للجدول (١٣) يوضح ذلك.

الجدول (١٣): توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية ومرتبة ترتيباً تنازلياً (ن=١٦١)

مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	8	5
أحياناً	108	67
نادراً	45	28
المجموع	161	100

يظهر من الجدول (١٣) أن النسب المئوية لمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية تراوحت بين (٥%-٦٧%)، ونلاحظ مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "أحياناً" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (١٠٨) بنسبة مئوية (٦٧%)، ويليه مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "نادراً" بتكرار (٤٥) بنسبة مئوية (٢٨%)، بينما لمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "دائماً" هي الأقل تكراراً والذي بلغ (٨) وبنسبة مئوية

(٥٠%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى انشغال الجمهور الأردني وطبيعة عمله التي تقيد به مدى التزامه وانتظامه في قراءة الصحف اليومية الورقية، وأيضاً إلى تكلفة هذه الصحف الورقية.

س٩. النتائج المتوقعة بالإجابة عن السؤال: ما مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف اليومية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعاً لمدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف اليومية، الجدول (١٤) يوضح ذلك.

الجدول (١٤): توزيع أفراد العينة تبعاً لمدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت ومرتبة ترتيباً تنازلياً (ن=١٥٦)

مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت	التكرار	النسبة المئوية
أحياناً	85	54.5
دائماً	54	34.6
مطلقاً	17	10.9
المجموع	156	100

يظهر من الجدول (١٤) أن النسب المئوية لمدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت تراوحت بين (١٠,٩%-٥٤,٥%)، ونلاحظ مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت "أحياناً" هو الأكثر تكراراً والذي بلغ (٨٥) بنسبة مئوية (٥٤,٥%)، ويليه مدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت "دائماً" بتكرار (٥٤) بنسبة مئوية (٣٤,٦%)، بينما لمدى الانتظام في تصفح مواقع الصحف على الانترنت "مطلقاً" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (١٧) بنسبة مئوية (١٠,٩%)، وربما يعزو السبب في ذلك إلى عدم توفر

الوقت المناسب الدائم لأفراد العينة في تصفح مواقع الصحيفة لذلك يتم تصفح مواقعها في وقت الفراغ.

س١٠. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: منذ متى بدأت بزيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حج العينة (١٥٦) فرد تبعا لبداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت، الجدول (١٥) يوضح ذلك.

الجدول (١٥): توزيع أفراد العينة تبعا لبداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت ومرتبة ترتيبا تنازليا (ن=١٥٦)

النسبة المئوية	التكرار	بداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت
32.7	51	منذ سنة أو سنتين
32.1	50	منذ ثلاث أو أربع سنوات
21.2	33	منذ خمس سنوات فأكثر
14	22	منذ أقل من عام
100	156	المجموع

يظهر من الجدول (١٥) أن النسب المئوية لبداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت تراوحت بين (١٤%-٣٢,٧%)، ونلاحظ بداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت "منذ سنة أو سنتين" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (٥١) بنسبة مئوية (٣٢,٧%)، ويليه بداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت "منذ ثلاث أو أربع سنوات" بتكرار (٥٠) بنسبة مئوية (٣٢,١%)، بينما بداية زيارة مواقع الصحف على موقع الانترنت "منذ أقل من عام" هي الأقل تكراراً والذي بلغ (٢٢) بنسبة مئوية (١٤%)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن انتشار الإنترنت يرتبط بهذه الفترة، ومن ناحية أخرى يمكن أن يعزى السبب في ذلك إلى انتشار عادة قراءة الصحف الإلكترونية والاستعاضة عنها بالورقية.

س١١. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال :ما الأسباب التي تجذبك لزيارة مواقع الصحف على الانترنت؟

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء خيار إلى حد كبير (٣)، وخيار إلى حد ما (٢)، وخيار مطلقا (١)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من ١,٦٦ منخفضة.

- من ١,٦٦-٢,٣٣ متوسطة.

- من ٢,٣٤-٣,٠٠ مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعا للأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت، الجدول (١٦) يوضح ذلك.

الجدول (١٦): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال 'الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت' والمجال ككل (ن=١٥٦)

الرقم	الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت	إلى حد كبير		إلى حد ما		مطلقا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار			
١	الحصول على أحدث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة	60.5	121	13.5	27	4.0	8	2.72	0.55	مرتفعا
٢	تفضيل التعامل مع الكمبيوتر على التعامل مع الصحف	36	72	35.5	71	6.5	13	2.37	0.63	مرتفعا
٣	توفر عنصر الصوت والحركة في المواقع	36	72	33	66	9	18	2.34	0.67	مرتفعا
٤	يمكن قراءة أكثر من صحيفة يومية	34	68	35.5	71	8.5	17	2.32	0.66	متوسط
٥	لا تكلفني كثيرا مثل شراء الصحف	30	60	35.5	71	12.5	25	2.22	0.70	متوسط
٦	تخزين الأخبار والمقالات على	24	48	39	78	15	30	2.11	0.69	متوسط



									للكمبيوتر وقراءتها فيما بعد	
متوسط	0.70	1.98	20.0	40	39.5	79	18.5	37	التفاعل بإرسال رسائل والتعليق	٧
متوسط	0.39	2.29	الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت							

يظهر من الجدول (١٦) أن المتوسطات الحسابية لمجال "الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت" تراوحت بين (١,٩٨-٢,٧٢)، كان أعلاها لسبب "الحصول على أحداث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٧٢) وبانحراف معياري (٠,٥٥) وبدرجة مرتفعة، يليه سبب "تفضيل التعامل مع الكمبيوتر على التعامل مع الصحف" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٣٧) وبانحراف معياري (٠,٦٣) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة سبب "التفاعل بإرسال رسائل والتعليق" بمتوسط حسابي بلغ (١,٩٨) وبانحراف معياري (٠,٧٠) وبدرجة منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الأسباب التي تجذب العينة لزيارة مواقع الصحف على الانترنت" ككل (٢,٢٩) وبانحراف معياري (٠,٣٩) وبدرجة متوسطة، وربما يعزو السبب في ذلك إلى أن في ضوء الأحداث المتجددة في الوطن العربي أصبح القارئ ينتظر الخبر بشوق ومن هنا أصبح القارئ يلجأ إلى الصحف الإلكترونية لقراءة الخبر حال حدوثه.

س١٢. النتائج المتوقعة بالإجابة عن السؤال: ما للموضوعات التي تهتم بمتابعتها على هذه المواقع؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعاً للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت، الجدول (١٣) يوضح ذلك.

الجدول (١٧): توزيع أفراد العينة تبعاً للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت ومرتبة ترتيباً تنازلياً (ن=١٥٦)

الموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت	التكرار	النسبة المئوية
السياسة	110	55
الرياضة	86	43
الحوادث والجرائم	83	41.5
الاقتصادية	66	33
الأدب	17	8.5
الأفلام والمسرحيات	6	3

يمكن اختيار أكثر من بديل

يظهر من الجدول (١٧) أن النسب المئوية للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت تراوحت بين (٣%-٥٥%)، ونلاحظ أن الموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت "السياسة" هي الأكثر تكراراً والذي بلغ (١١٠) بنسبة مئوية (٥٥%)، ويليه الموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت "الرياضة" بتكرار (٨٦) بنسبة مئوية (٤٣%)، بينما للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت "الأفلام والمسرحيات" هي الأقل تكراراً والذي بلغ (٦) بنسبة مئوية (٣%)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن الجمهور يهتم بالأخبار السياسية التحريرية للصحيفة التي تحرص من هذا الجانب على الموضوعية والحياد في نقل الخبر واستكمالها بكافة عناصره وتقديم رؤى ومواقف الأطراف التي يتعلق بها الخبر دون استثناء أي منها.

س١٣: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما أسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) فرد تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الإلكترونية، الجدول (١٨) يوضح ذلك.

الجدول (١٨): توزيع أفراد العينة تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية ومرتبة ترتيباً تنازلياً (ن=١٥٦)

أسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية	التكرار	النسبة المئوية
أفضل الحصول على الأخبار من الراديو والتلفزيون	77	49.4
أفضل قراءتها على الانترنت	56	35.9
لا أملك ما ينشر فيها	13	8.3
ليس لدي وقت	8	5.1
الجرائد مرتفعة الثمن	2	1.3
المجموع	156	100

يظهر من الجدول (١٨) أن النسب المئوية لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية تراوحت بين (١,٣%-٤٩,٤%)، ونلاحظ أن سبب "أفضل الحصول على الأخبار من الراديو والتلفزيون" هو الأكثر تكراراً والذي بلغ (٧٧) بنسبة مئوية (٤٩,٤%)، ويليه سبب "أفضل قراءتها على الانترنت" بتكرار (٥٦) بنسبة مئوية (٣٥,٩%)، بينما سبب "الجرائد مرتفعة الثمن" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (٢) بنسبة مئوية (١,٣%)، ويعزو السبب في ذلك إلى طبيعة تعرض الجمهور في تلقيه للأخبار حسب الظروف فمن خلال عمله بالنهار يقوم بمتابعة الأخبار من الراديو، وفي وقت الراحة يقوم بمتابعته للأخبار عبر التلفاز والذي يعد الوسيلة الأكثر تأثيراً على الجمهور، ويتعرضون لها في العمل حسب الظروف، ولثناء النهار، كمؤشر لمتابعة الأخبار.

س ١٤: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع

الصحف على شبكة الانترنت؟

استخدم الباحث مقياس ليكرت للترج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة،

وتم إعطاء خيار دائما (٣)، وخيار أحيانا (٢)، وخيار مطلقا (١)، للحكم على المتوسطات

الحسابية بالترج الثلاثي كالتالي:

- أقل من ١,٦٦ منخفضة.

- من ١,٦٦-٢,٣٣ متوسطة.

- من ٢,٣٤-٣,٠٠ مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد

عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعا للإشباعات المتحققة من خلال قراءة الصحف

الورقية، الجدول (١٨) يوضح ذلك.

الجدول (١٨): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال "الإشباعات

المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت" والمجال ككل (ن=١٥٦)

الرقم	الإشباعات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت	دائما		أحيانا		مطلقا		للمتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%			
١	تعزيز الآراء السوسية	59	29.5	78	39	19	9.5	2.25	0.66	متوسط
٢	معرفة آخر الأحداث والتطورات	47	23.5	97	48.5	12	6	2.22	0.57	متوسط
٣	تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين	48	24	92	46	16	8	2.20	0.60	متوسط
٤	تكوين رأي عن القضايا	37	18.5	112	56	7	3.5	2.19	0.49	متوسط
٥	الشعور بالأمان من خلال المعرفة	44	22	97	48.5	15	7.5	2.18	0.58	متوسط
٦	اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث	51	25.5	78	39	27	13.5	2.15	0.69	متوسط
٧	ملء وقت الفراغ	49	24.5	76	38	31	15.5	2.11	0.70	متوسط
٨	تسهيل التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء	42	21	81	40.5	33	16.5	2.05	0.69	متوسط

٩	تبنى رأي من يعجبني في الآراء والتحليل	40	20	81	40.5	35	17.5	2.03	0.69	متوسط
١٠	من أجل الاستمتاع	30	15	96	48	30	15	2.00	0.62	متوسط
١١	من أجل للتسلية والهروب من الواجبات	24	12	85	42.5	47	23.5	1.85	0.66	متوسط
	الإشباع المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت							2.11	0.34	متوسط

يظهر من الجدول (١٨) أن المتوسطات الحسابية لمجال "الإشباع المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت" تراوحت بين (١,٨٤-٢,٢٥)، كان أعلاها للإشباع تعزيز الآراء السياسية" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٢٥) وبانحراف معياري (٠,٦٦) وبدرجة متوسطة، يليه الإشباع "معرفة آخر الأحداث والتطورات" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٢٢) وبانحراف معياري (٠,٥٧) وبدرجة متوسطة، ومن ثم الإشباع "تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين" بمتوسط حسابي (٢,٢٠) وبانحراف معياري (٠,٦٠) بدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة إشباع "من أجل للتسلية والهروب من الواجبات" بمتوسط حسابي بلغ (١,٨٥) وبانحراف معياري (٠,٦٦) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الإشباع المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت" ككل (٢,١١) وانحراف معياري (٠,٣٤) وبدرجة متوسطة، ويعزو السبب في ذلك إلى أن الصحف اليومية تقوم بتعزيز الآراء السياسية التي تقوم من خلالها بإشراك الجمهور بأرائهم حول قضية ما، ومن ناحية أخرى فإن الآراء السياسية تهدف إلى تقديم الحقيقة، وتغطية الواقع بكل إيجابياته وسلبياته، وطرح للتنوع الفكري والسياسي في المجتمع الأردني، كما أن الصحف اليومية حريصة على الإلمام بكل ما يحدث في البلاد، ولا تستثنى أخباراً لاعتبارات سياسية أو فكرية.

س١٥: للنتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما الإشباع المتحققة من خلال قراءة

الصحف الورقية؟

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة،

وتم إعطاء خيار دائما (٣)، وخيار أحيانا (٢)، وخيار مطلقا (١)، للحكم على المتوسطات

الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

١- أقل من ١,٦٦ منخفضة.

٢- من ١,٦٦-٢,٣٣ متوسطة.

٣- من ٢,٣٤-٣,٠٠ مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد

عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) تبعا للإشباع المتحققة من خلال قراءة الصحف

الورقية، الجدول (١٩) يوضح ذلك.

الجدول (١٩): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال "الإشباع

المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" والمجال ككل (ن=١٦١)

الرقم	الإشباع المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت	دائما		أحيانا		مطلقا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرج
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%			
١	معرفة آخر الأحداث والتطورات	128	64.0	33	16.5	-	-	2.79	0.40	مرتفعاً
٢	تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين	78	39.0	77	38.5	6	3.0	2.44	0.56	مرتفعاً
٣	اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث	70	35.0	86	43.0	5	2.5	2.40	0.55	مرتفعاً
٤	الشعور بالأمن من خلال المعرفة	68	34.0	86	43.0	7	3.5	2.37	0.56	مرتفعاً
٥	تكوين رأي عن القضايا	60	30.0	89	44.5	12	6.0	2.29	0.60	متوسطاً
٦	تبني رأي من يعجبني في الآراء والتحليل	59	29.5	82	41.0	20	10.0	2.24	0.65	متوسطاً
٧	تعزيز الآراء السياسية	52	26.0	92	46.0	17	8.5	2.21	0.61	متوسطاً

٨	من أجل الاستمتاع	53	26.5	86	43.0	22	11.0	2.19	0.65	متوسط
٩	ملء وقت الفراغ	51	25.5	90	45.0	20	10.0	2.19	0.63	متوسط
١٠	تسهيل التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء	56	28.0	55	27.5	50	25.0	2.03	0.81	متوسط
١١	من أجل التسلية والهروب من الواجبات	40	20.0	74	37.0	47	23.5	1.95	0.73	متوسط
	الإشباع المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية									
								2.28	0.34	متوسط

يظهر من الجدول (١٩) أن المتوسطات الحسابية لمجال "الإشباع المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" تراوحت بين (١,٩٥-٢,٧٩)، كان أعلاها للإشباع "معرفة آخر الأحداث والتطورات" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٧٩) وبانحراف معياري (٠,٤٠) وبدرجة مرتفعة، يليه الإشباع "تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين" بمتوسط حسابي بلغ (٢,٤٤) وبانحراف معياري (٠,٥٦) وبدرجة مرتفعة، ومن ثم الإشباع "اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث" بمتوسط حسابي (٢,٤٠) وبانحراف معياري (٠,٥٥) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة إشباع "من أجل التسلية والهروب من الواجبات" بمتوسط حسابي بلغ (١,٩٥) وبانحراف معياري (٠,٧٣) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "الإشباع المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية" ككل (٢,٢٨) وانحراف معياري (٠,٣٤) وبدرجة متوسطة، وربما يعزو السبب في ذلك إلى أن الجمهور الأردني على تطلع لمعرفة آخر الأحداث والتطورات وخصوصاً في الفترة الأخيرة التي شهدت تزايداً كبيراً بالأحداث داخل الوطن العربي.

س١٦: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: ما أسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) فرد تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها الإلكترونية، الجدول (٢١) يوضح ذلك.

الجدول (٢١): توزيع أفراد العينة تبعاً لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها الإلكترونية ومرتبّة ترتيباً تنازلياً (ن=١٦١)

النسبة المئوية	التكرار	أسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الإلكترونية
89.4	144	تعوّدت على قراءة الصحف الورقية بشكل دائم
6.3	10	لا أجيد استعمال الإنترنت
4.3	7	أفضل ملمس الورق عند القراءة
100	161	المجموع

يظهر من الجدول (٢١) أن النسب المئوية لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها الإلكترونية تراوحت بين (٤,٣%-٨٩,٤%) ، ويليه سبب "لا أجيد استعمال الانترنت" بتكرار (١٠) بنسبة مئوية (٦,٣%)، بينما سبب "أفضل ملمس الورق عند القراءة" هو الأقل تكراراً والذي بلغ (٧) وبنسبة مئوية (٤,٣%)، ويعزو السبب في ذلك إلى تعودهم على قراءة الصحف ورقياً ولأنهم يجدون من خلالها إشباعاً للحاجات من المعلومات والمعرفة، وتوفر لهم أيضاً كل مقومات الراحة والهدوء والوقت الكافي للمطالعة، وأن هناك علاقة قوية بينها وبين القارئ ولسنوات طويلة.



س١٧. النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال: في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ، من أين

تفضل الحصول على معلومات عن ذلك؟

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة،

وتم إعطاء خيار دائما (٣)، وخيار أحيانا (٢)، وخيار مطلقا (١)، للحكم على المتوسطات

الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من ١,٦٦ منخفضة.

- من ١,٦٦-٢,٣٣ متوسطة.

- من ٢,٣٤-٣,٠٠ مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد

عينة الدراسة وبلغ حجم العينة (١٦١) تبعا لمصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع

أزمة أو حدث طارئ، الجدول (١٨) يوضح ذلك.

الجدول (٢٢): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات مجال "مصدر

الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ" والمجال ككل (ن=١٦١)

الرقم	مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ	دائما		أحيانا		مطلقا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار			
١	كلامها معا	79	39.5	66	33.0	16	8.0	2.39	0.66	مرتفعة
٢	للمصحف المطبوعة	25	12.5	115	57.5	21	10.5	2.02	0.53	متوسط
٣	مواقع للمصحف على الانترنت	31	15.5	80	40.0	50	25.0	1.88	0.70	متوسط
	مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ							2.09	0.37	متوسط

يظهر من الجدول (٢٢) أن المتوسطات الحسابية لمجال "مصدر للحصول على

المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ" تراوحت بين (١,٨٨-٢,٣٩)، كان أعلاها

لمصدر "كلامها معا" (للمصحف المطبوعة، ومواقع للمصحف على الانترنت) بمتوسط حسابي

بلغ (٢,٣٩) وانحراف معياري (٠,٦٦) وبدرجة مرتفعة، يليه مصدر "المصحف المطبوعة"

بمتوسط حسابي بلغ (٢,٠٢) وانحراف معياري (٠,٥٣) ودرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة مصدر "مواقع الصحف على الانترنت" بمتوسط حسابي بلغ (١,٨٨) وانحراف معياري (٠,٧٨) ودرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "مصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ" ككل (٢,٠٩) وانحراف معياري (٠,٣٧) ودرجة متوسطة، ويعزو السبب في ذلك إلى مدى اهتمام الجمهور بكيفية الحصول على معلومات وأحداث محددة وللإطلاع على آخر الإخبار، وأن الصحف الالكترونية متوفرة طوال اليوم، لا تحتاج إلى دفع رسوم، وتمتاز بإمكانية متابعتها من أي مكان وفي أي وقت.

## ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة

النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى: لا يختلف معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

لاختبار هذه الفرضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين وبلغ حجم العينة (١٦١) تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، وللكشف عن الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام اختبار "t" للعينات المستقلة (Independent - Sample T. Test) تبعاً لمتغير الجنس، كما تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One - Way ANOVA) تبعاً للمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، والجدول أدناه توضح ذلك.

### - الفروق تبعاً لمتغير الجنس:

الجدول (٢٣): نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	الدالة الإحصائية
ذكر	١١٩	2.30	0.77	2.117	0.148
أنثى	٤٢	2.33	0.68		

يظهر من الجدول (٢٣) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة t (٢,١١٧) بدلالة إحصائية (٠,١٤٨) ويعزو السبب في الحصول على تلك النتيجة اتفاق العينة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس، ويعود السبب أيضاً في ذلك أن مستوى الثقافة في متابعة الأخبار بجميع أنواعها (الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية) للجنسين موحد سواء للذكر أم للإناث.

#### - الفروق تبعاً لمتغير العمر:

الجدول (٢٤): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر

الدلالة الإحصائية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية
0.515	0.766	0.81	2.20	25	١٨-٢٢ سنة	
		0.79	2.33	21	من ٢٣ إلى ٢٦ سنة	
		0.80	2.23	52	من ٢٧ إلى ٣٠ سنة	
		0.66	2.41	63	من ٣١ سنة فأكثر	

يظهر من الجدول (٢٤) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$

$(\geq 0.05)$  في اختلاف معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية تبعاً لمتغير العمر، حيث

بلغت قيمة F (٠,٧٦٦) بدلالة إحصائية (٠,٥١٥) ويعزو السبب في ذلك إلى تقارب

اهتمامات أفراد العينة بمعدل قراءتهم للصحف اليومية.

#### - الفروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي:

الجدول (٢٥): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

الدلالة الإحصائية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي	معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية
٠,٧٨٩	0.351	0.84	2.40	10	ثانوية عامة فما دون	
		1.00	2.00	5	دبلوم	
		0.73	2.31	141	بكالوريوس	
		0.89	2.40	5	دراسات عليا	

يظهر من الجدول (٢١) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$  ( $\geq 0.05$ ) في اختلاف معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة  $F^*$  (٠,٣٥١) بدلالة إحصائية (٠,٧٨٩)، ويعزو السبب في ذلك إلى تقارب اهتمامات أفراد عينة الدراسة بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

#### - الفروق تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي:

الجدول (٢٢): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي

الدلالة الإحصائية	قيمة $F^*$	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاقتصادي	معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية
0.704	0.352	0.79	2.28	53	منخفض	
		0.73	2.30	98	متوسط	
		0.70	2.50	10	مرتفع	

يظهر من الجدول (٢٢) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$  ( $\geq 0.05$ ) في اختلاف معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي، حيث بلغت قيمة  $F^*$  (٠,٣٥٢) بدلالة إحصائية (٠,٧٠٤) ويعزو السبب في ذلك إلى أن معدل قراءة الجمهور للصحف اليومية لا تتأثر تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي وعلى تقارب الاهتمامات والمستوى الثقافي لأفراد عينة الدراسة.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية: لا يختلف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

لاختبار هذه الفرضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، وللكشف عن الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام اختبار  $t^2$  للعينات المستقلة (Independent – Sample T. Test) تبعاً لمتغير الجنس، كما تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One – Way ANOVA) تبعاً للمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، والجدول أدناه توضح ذلك.

#### – الفروق تبعاً لمتغير الجنس:

للجدول (٢٣): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة $t^2$	الدلالة الإحصائية
ذكر	١١٦	2.67	0.95	2.423	0.122
أنثى	٤٠	2.12	1.06		

يظهر من الجدول (٢٣) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$  ( $\geq 0.05$ ) في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة  $t^2$  (٢,٤٢٣) بدلالة إحصائية (٠,١٢٢)، ويعزو السبب في ذلك تقارب اهتمامات أفراد العينة بمستوى الثقافة في متابعتهم الأخبار

بجميع أنواعها (الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية) بغض النظر عن متغير الجنس وخاصة أن الانترنت متاح لكلا الجنسين سواء الذكور أم الإناث.

- الفروق تبعاً لمتغير العمر:

الجدول (٢٤): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر

الدالة الإحصائية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية على الإنترنت
0.803	0.331	1.08	2.35	20	١٨-٢٢ سنة	
		1.10	2.57	28	من ٢٣ إلى ٢٦ سنة	
		0.89	2.60	51	من ٢٧- إلى ٣٠ سنة	
		1.05	2.5	57	من ٣١ سنة فأكثر	

يظهر من الجدول (٢٤) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α)

( $\geq 0.05$ ) في اختلاف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة

نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة F (٠,٣٣١) بدلالة إحصائية (٠,٨٠٣)،

ويعزو السبب في ذلك إلى تقارب اهتمامات أفراد العينة لمعدل قراءتهم للصحف اليومية على

الإنترنت، وخاصة أن فرص الاطلاع على الانترنت متاحة لجميع الأفراد بغض النظر عن

فئتهم العمرية.

- الفروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي:

الجدول (٢٥): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

الدالة الإحصائية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي	معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية على الإنترنت
0.622	0.590	1.17	2.60	10	ثانوية عامة فما دون	
		1.16	2.11	9	دبلوم	
		0.98	2.56	130	بكالوريوس	
		1.13	2.426	7	دراسات عليا	

يظهر من الجدول (٢٥) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$  ( $\geq 0.05$ ) في اختلاف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة  $F^*$  (٠,٥٩٠) بدلالة إحصائية (٠,٦٢٢)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن جميع أفراد العينة لديهم تقارب في اهتماماتهم بمعدل قراءتهم للصحف اليومية على الإنترنت.

- الفروق تبعاً لمتغير الدخل الشهري:

الجدول (٢٦): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي

الدالة الإحصائية	قيمة $F^*$	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاقتصادي	معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف اليومية على الإنترنت
0.680	0.386	0.97	2.42	47	منخفض	
		1.07	2.58	94	متوسط	
		0.74	2.53	15	مرتفع	

يظهر من الجدول (٢٦) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$  ( $\geq 0.05$ ) في اختلاف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي، حيث بلغت قيمة  $F^*$  (٠,٣٨٦) بدلالة إحصائية (٠,٦٨٠)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن هناك تقارب في اهتمامات أفراد العينة لقراءتهم للصحف اليومية على الإنترنت ولا يتأثر ذلك تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي.



النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة: لا يختلف معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت بامتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت أو بتوافر جهاز حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل بينما يختلف معدل زيارة الجمهور لهذه المواقع باختلاف مدى إجادتهم التعامل مع الحاسوب.

لاختبار هذه الفرضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات للمعيارية لمعدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين وبلغ حجم العينة (١٥٦) تبعاً للمتغيرات (امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت، توافر جهاز حاسوب متصل بالانترنت، إجادة التعامل مع الحاسوب)، وللكشف عن الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام اختبار "t" للعينات المستقلة (Independent - Sample T. Test) تبعاً للمتغيرات (امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت، توافر جهاز حاسوب متصل بالانترنت، إجادة التعامل مع الحاسوب)، والجداول أناء توضح ذلك.

#### - الفروق تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت:

الجدول (٢٧): نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت

الدالة الإحصائية	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت	معدل زيارة الجمهور لمواقع الصحف على الانترنت
0.032	4.662	0.98	2.51	139	نعم	
		1.27	2.64	17	لا	

يظهر من الجدول (٢٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$

$(\alpha \geq 0.05)$  لمعدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر

المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت، حيث بلغت قيمة "t" (٤,٦٦٢)

بدلالة إحصائية (٠,٠٣٢) ولصالح الذين يمتلكون تلفون محمول متصل بالانترنت، ويعزو السبب في ذلك إلى عدم امتلاك أفراد العينة لأجهزة التلفون المتطورة الحديثة التي تستطيع بسهولة الحصول على الأخبار وبوقت زمني قصير، وربما أيضاً إلى قلة معرفته لاستخدام الإنترنت في حصوله على الأخبار.

#### ٥- الفروق تبعاً لمتغير امتلاك حاسوب متصل بالانترنت:

لجدول (٢٨): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الطلاب لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل

الدلالة الإحصائية	قيمة t	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	امتلاك حاسوب متصل بالانترنت بالمنزل	معدل زيارة الجمهور الأرنئي لمواقع الصحف على الانترنت
0.280	1.178	1.01	2.47	124	نعم	
		0.98	2.75	32	لا	

يظهر من الجدول (٢٨) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$  ( $0.05 \geq$ ) في معدل زيارة الجمهور الأرنئي لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير امتلاك حاسوب متصل بالانترنت، حيث بلغت قيمة t (١,١٧٨) بدلالة إحصائية (٠,٢٨٠)، ويعزو ربما السبب في ذلك إلى أن هناك اهتمامات لأفراد العينة بمتابعة الأخبار ولديهم القدرة المالية لحصولهم على الإنترنت داخل المنزل، وإن هناك اتصال مباشر مع أي مكان في العالم، بكمية لا تحصى لتبادل المعلومات.

- الفروق تبعاً لمتغير إجابة التعامل مع الحاسوب:

لجدول (٢٩): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير إجابة للتعامل مع الحاسوب

معدل زيارة الجمهور لمواقع الصحف على الانترنت	إجابة للتعامل مع الحاسوب	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة الإحصائية
	جيد	148	2.53	1.01	0.566	0.453
	ضعيف	8	2.50	0.92		

يظهر من الجدول (٢٩) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير إجابة للتعامل مع الحاسوب، حيث بلغت قيمة "t" (٠,٥٦٦) بدلالة إحصائية (٠,٤٥٣)، ويعزو السبب في ذلك أن أفراد العينة يتأقلمون مع التكنولوجيا الجديدة التي فتحت آفاقاً جديدة للتواصل مع القراء عبر أفضية ووسائل جديدة ومعرفتهم لكيفية استخدام هذه التكنولوجيا وأن جمهور نشط وإيجابي يختار ويستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته ولتحقيق أهدافه للمعينة.

النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة: توجد دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف باختلاف متغيراتهم الديموغرافية.

لاختبار هذه الفرضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين، - علماً بأن حجم عينة الجمهور الذين يطالعون الصحف على مواقعها الإلكترونية (١٥٦) - تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، وللكشف عن الفروق بين هذه المتوسطات تم

استخدام اختبار  $t^2$  للعينات المستقلة (Independent – Sample T. Test) تبعاً لمتغير الجنس، كما تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One – Way ANOVA) تبعاً للمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي)، والجداول أناء توضح ذلك.

#### ٢- الفروق تبعاً لمتغير الجنس:

الجدول (٣٠): نتائج (Independent – Sample T. Test) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس

الدلالة الإحصائية	قيمة $t^2$	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس	دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف
0.922	0.010	0.40	2.2943	116	ذكر	
		0.36	2.3143	40	أنثى	

يظهر من الجدول (٣٠) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha \geq 0.05$  لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة  $t^2$  (0.010) بدلالة إحصائية (0.922)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن هناك تقارب في درجة اهتمامات أفراد العينة في قراعتهم ومتابعتهم للأخبار.

#### - الفروق تبعاً لمتغير العمر:

الجدول (٣١): نتائج تحليل التباين (One – Way ANOVA) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر

الدلالة الإحصائية	قيمة $F$	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف
0.150	1.798	0.33	2.23	20	١٨-٢٢ سنة	
		0.40	2.19	28	من ٢٣ إلى ٢٦ سنة	
		0.41	2.28	51	من ٢٧ إلى ٣٠ سنة	
		0.391	2.38	57	من ٣١ سنة فأكثر	

يظهر من الجدول (٣١) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha \geq 0.05$  لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً

لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة  $F^*$  (١,٧٩٨) بدلالة إحصائية (٠,١٥٠)، ويعزو السبب في ذلك إلى أن هناك تقارب في اهتمامات أفراد العينة لزيارة مواقع الصحف .

- الفروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي:

الجدول (٣٢): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

الدالة الإحصائية	قيمة $F^*$	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	للعدد	المستوى التعليمي	دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف
0.008	4.066	0.43	2.55	10	ثانوية عامة فما دون	
		0.50	2.14	9	دبلوم	
		0.36	2.30	130	بكالوريوس	
		0.48	1.93	7	دراسات عليا	

يظهر من الجدول (٣٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$

( $\alpha \geq 0.05$ ) لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة  $F^*$  (١,٩٢٥) بدلالة إحصائية (٠,١٢٥).

ولمعرفة مواقع هذه الفروق، تم تطبيق اختبار (scheffe) للمقارنات البعدية على

معدل تبعاً لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف لمتغير عدد أفراد الأسرة.

الجدول (٣٣): نتائج تطبيق اختبار (scheffe) للمقارنات البعدية لدوافع الجمهور الأردني بزيارة

مواقع الصحف تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	المتوسط الحسابي	ثانوية عامة فما دون	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا
ثانوية عامة فما دون	2.55	-	٠,٤١	٠,١٦-	٠,٢٢
دبلوم	2.14		-	٠,١٦-	٠,٢١
بكالوريوس	2.30			-	٠,٣٧
دراسات عليا	1.93				-

يظهر من الجدول (٣٣) أن مواقع الفروق لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف

تبعاً لمتغير المستوى التعليمي كانت بين "ثانوية عامة فما دون" و"دراسات عليا"، ولصالح

"ثانوية عامة فما دون" حيث بلغ المتوسط الحسابي "ثانوية عامة فما دون" (٢,٥٥)، بينما بلغ

المتوسط الحسابي "دراسات عليا" (١,٩٣)، ولم تظهر فروق دلالة إحصائية بين المستويات التعليمية الأخرى، ويعزو السبب في ذلك إلى أن مواقع الصحف أتاحت عدداً من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة وتحقق قدراً كبيراً من الانتماء بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة.

#### - الفروق تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي:

الجدول (٣٤): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى الاقتصادي

الدلالة الإحصائية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى الاقتصادي	دوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف
0.369	1.003	0.38	2.15	47	منخفض	
		0.32	2.11	94	متوسط	
		0.31	2.01	15	مرتفع	

يظهر من الجدول (٣٤) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $\alpha$

( $\alpha \geq 0.05$ ) لدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين تبعاً

لمتغير المستوى الاقتصادي، حيث بلغت قيمة F (١,٠٠٣) بدلالة إحصائية (٠,٣٦٩).

النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائية بين المواظبة على

قراءة الصحف اليومية أسبوعياً والاشباع التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من

قراءة الصحف.

لاختبار الفرضية الخامسة، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Linear

Regression) للكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواظبة على قراءة

للصحف اليومية أسبوعياً والاشباع التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من قراءة

الصحف و جدول (٣٥) يوضح ذلك.

الجدول (٣٥): نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الإحصائية بين المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعيا والاشباكات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من قراءة الصحف

المتغير المستقل	قيمة t	دلالة ٣ الإحصائية	قيمة Beta	قيمة R	قيمة R <sup>2</sup>	قيمة f	دلالة ٣ الإحصائية
المواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعيا	0.388	0.699	0.031	0.031	0.001	0.150	0.699

المتغير التابع: الاشباكات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من قراءة الصحف

يظهر من الجدول (٣٥) أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المواظبة على

قراءة الصحف اليومية أسبوعيا والاشباكات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من

قراءة الصحف، حيث بلغت قيمة (t) (٠,١٥٠) وبدلالة إحصائية (٠,٦٩٩)، وبلغت قيمة (R)

(٠,٠٣١) والتي تمثل معامل الارتباط للنموذج الكلي، وقيمة (R<sup>2</sup>) (٠,٠٠١) التي تمثل نسبة

تأثير أو تفسير المتغير المستقل على المتغير التابع، وبلغت قيمة (f) (٠,١٥٠) وبدلالة

إحصائية (٠,٦٩٩).

النتائج المتوقعة بالفرضية السادسة: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائية بين عدد مرات زيارة

مواقع الصحف أسبوعيا والاشباكات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من زيارة

هذه المواقع.

لاختبار الفرضية السادسة، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression)

للكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا

والاشباكات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع وجدول (٣٦)

يوضح ذلك.

الجدول (٣٦): نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الإحصائية بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع

المتغير المستقل	قيمة f	دلالة ٣ الإحصائية	قيمة Beta	قيمة R	قيمة R <sup>2</sup>	قيمة f	دلالة ٣ الإحصائية
عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا	0.610	0.543	0.049	0.049	0.002	0.372	0.543

المتغير التابع: الاشباعات التي يسعى الجمهور الأردني إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع  
يظهر من الجدول (٣٦) أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا والاشباعات التي يسعى الطلاب إلى تحقيقها من زيارة هذه المواقع، حيث بلغت قيمة (f) (٠,٣٧٢) وبدلالة إحصائية (٠,٥٤٣)، وبلغت قيمة (R) (٠,٠٤٩) والتي تمثل معامل الارتباط للنموذج الكلي، وقيمة (R<sup>2</sup>) (٠,٠٠٢) التي تمثل نسبة تأثير أو تفسير المتغير المستقل على المتغير التابع، وبلغت قيمة (f) (٠,٣٧٢) وبدلالة إحصائية (٠,٥٤٣).



## ملخص النتائج

من خلال عرض النتائج السابقة التي تضمنت جميع محاور الدراسة يمكن تلخيص

النتائج على النحو التالي:

- أظهرت النتائج المتعلقة بالأشخاص الذين يقرؤون الصحف أن الذين يقرؤون الاثنين  
معا (الصحف الورقية ومواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت) هم الأكثر  
تكراراً.

- أظهرت النتائج المتعلقة بقراءة الصحف التي يقوم للجمهور بقراءتها أن صحيفة  
الرأي هي الأكثر تكراراً ويليه صحيفة المستور.

- أظهرت النتائج لمن يقرأ النسخة الورقية، بمدى انتظام الجمهور في شراء الصحف  
اليومية كان أعلاها تكراراً للانتظام في شراء الصحف اليومية "أحيانا".

- أظهرت النتائج المتعلقة لمن يقرأ للصحف الورقية والالكترونية، بمدى تأثير الاعتياد  
على زيارة مواقع للصحف على شرائك للصحف اليومية الورقية الأكثر تكراراً كانت  
للذين لا يشترون كما كانوا قبل اعتياد زيارة المواقع.

- أظهرت النتائج المتعلقة بطريقة شراء الصحف الورقية الأكثر تكراراً بلغت للفئة "أنا  
أقوم بشرائها".

- أظهرت النتائج المتعلقة بمدى المواظبة على قراءة الصحف الورقية اليومية خلال  
أسبوع الأكثر تكراراً بلغت للفئة "من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً".

- أظهرت النتائج المتعلقة بعدد مرات تصفح مواقع الصحف اليومية على الانترنت  
خلال أسبوع الأكثر تكراراً للفئة "من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً" يقوم الجمهور  
صفحة مواقع الصحف اليومية على الانترنت.

- أظهرت النتائج المتعلقة بمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية وبلغت الفئة بمدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "أحياناً" هي الأكثر تكراراً ويليه مدى الانتظام في قراءة الصحف اليومية الورقية "نادراً".
- أظهرت النتائج المتعلقة بالأسباب التي تجذب الجمهور لزيارة مواقع الصحف على الانترنت كان أعلاها لسبب "الحصول على أحداث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة" وبدرجة مرتفعة.
- أظهرت النتائج المتعلقة للموضوعات التي تهتم العينة بمتابعتها على مواقع الصحف بالانترنت "السياسة" هي الأكثر تكراراً.
- أظهرت النتائج المتعلقة لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف الورقية أن سبب "أفضل الحصول على الأخبار من الراديو والتلفزيون" هو الأكثر تكراراً ويليه سبب "أفضل قراءتها على الانترنت".
- أظهرت النتائج المتعلقة "الإشباع المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على الانترنت" كان أعلاها للإشباع "تعزيز الآراء السياسية".
- أظهرت النتائج المتعلقة بالإشباع المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية كان أعلاها للإشباع "معرفة آخر الأحداث والتطورات" وبدرجة مرتفعة، يليه الإشباع "تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين" وبدرجة مرتفعة.
- أظهرت النتائج لأسباب عدم قراءة الجمهور الأردني للصحف عبر مواقعها "لا أجيد استعمال الانترنت" هو الأكثر تكراراً.

- أظهرت النتائج المتعلقة بمصدر الحصول على المعلومات في حالة وقوع أزمة أو حدث طارئ، كان أعلاها لمصدر كلاهما معا (الصحف المطبوعة، ومواقع الصحف على الانترنت) وبدرجة مرتفعة.
- في معدل قراءة الجمهور الأردني للصحف المطبوعة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي) بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).
- أظهرت النتائج المتعلقة في معدل زيارة الجمهور الأردني لمواقع الصحف عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) على الانترنت من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت، إجابة التعامل مع الحاسوب، المستوى الاقتصادي).
- أظهرت النتائج المتعلقة بدوافع الجمهور الأردني لزيارة مواقع الصحف من وجهة نظر المبحوثين بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ) تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى الاقتصادي).
- أظهرت النتائج المتعلقة بمواقع الفروق لدوافع الجمهور الأردني بزيارة مواقع الصحف تبعاً لمتغير المستوى التعليمي كانت بين "ثانوية عامة فما دون" و"دراسات عليا"، ولصالح "ثانوية عامة فما دون".
- أظهرت النتائج المتعلقة بالمواظبة على قراءة الصحف اليومية أسبوعياً والإشباع التي يسعى الطلاب إلى تحقيقها من قراءة الصحف، أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية.

- أظهرت النتائج المتعلقة بعدد مرات زيارة مواقع الصحف أسبوعيا والاشتباكات التي يسعى الطلاب إلى تحقيقها من زيارة المواقع أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $((\alpha \geq 0,05))$ .

في ضوء ما توصل إليه الباحث من نتائج يوصي بما يلي:

١. ضرورة القيام بإجراء دراسات متشابهة لهذه الدراسة، على شرائح المجتمع المختلفة وبيان الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدامات الصحف الورقية ومواقعها على شبكة الإنترنت.
٢. تشجيع البحث العلمي والدراسات الخاصة بالإعلام الجديد وخاصة للشبكات الاجتماعية والعمل على إدراجه ضمن المعافاة التي تدرس في كليات الاتصال والإعلام في الوطن العربي.
٣. نشر الوعي بإيجابيات استخدام شبكة الإنترنت بالحصول على الصحف اليومية واستخدامه لأغراض تعليمية.
٤. الدعوة لإنشاء مجموعات تعليمية هادفة تنبني القضايا الاجتماعية والثقافية لتبادل المعرفة وتعميم الفائدة.
٥. ضرورة تطوير أساليب الإخراج والتحرير في الصحف حتى تتمكن من المنافسة في سوق وسائل الاتصال.
٦. ضرورة إجراء المزيد من الدراسات لتلبية احتياجات ورغبات القراء وأن تطور من مواقعها على الإنترنت بحيث أن يكون هناك اختلافاً بين الصحف في شكلها على مواقع الإنترنت.
٧. تدريب الطلاب على كيفية إنشاء مواقع جذابة للصحف التي يقومون بإصدارها كمشاريع تخرج على اعتبار أن هؤلاء الطلاب هم صحفيو المستقبل.

## قائمة المصادر والمراجع

### الكتب:

١. أبو عرجة، تيسير. (٢٠٠٠). دراسات في الصحافة والإعلام، ط١، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.

٢. أبو عيشة، فيصل. (٢٠١٠). الإعلام الإلكتروني، ط١، دار أسامة للطباعة والنشر، عمان، الأردن.

٣. أمين، رضا. (٢٠٠٧). الصحافة الالكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

٤. بخيت، السيد. (٢٠٠٠). الصحافة والإنترنت، ط١، العربي للنشر والتوزيع، الأردن.

٥. ترaban، ماجد. (٢٠٠٨). الانترنت والصحافة الالكترونية رؤية مستقبلية، ط١، القاهرة، للدار المصرية اللبنانية.

٦. حجاب، محمد منير (٢٠٠٥): الحرب النفسية، جامعة جنوب الوادي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

٧. حجاب، محمد. (٢٠٠٨). وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

٨. الدعيلج، إبراهيم. (٢٠١٠). الاتصال والوسائل والتقنيات التعليمية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

٩. الدليمي، عبد الرزاق محمد. (٢٠١١). " الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

١٠. سليمان، زيد. (٢٠٠٩). الصحافة الالكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

١١. سيد، محمد. ٢٠١٤. تأثير الصحافة الإلكترونية على مستقبل الصحف الورقية، شبكة الألوكة، ثقافة ومعرفة، الرياض، السعودية.
١٢. الشهري، فايز عبد الله ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، دبي، دار الحكمة، ٢٠٠٣، ص٢١.
١٣. صانق، عباس مصطفى (٢٠٠٣): صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة أبو ظبي، الطبعة الأولى، ص ٣٠.
١٤. عبد الحسيب، محمد. (١٩٩٧). الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، ط١، دار الشروق، القاهرة.
١٥. عبد الله، فايز (٢٠٠٢): ماذا بعد عصر الإنترنت، المكتبة العالمية، بيروت، ص٢٣.
١٦. علم الدين، محمود. ٢٠٠٠. الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات، الصحافة والنشر، مطابع الأهرام، ص ٢٧١، القاهرة، مصر.
١٧. عليان، ربحي مصطفى. (٢٠١٠). أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العلمي، عمان، درا صفاء للنشر.
١٨. فايز، عبد الله، (٢٠٠٢): ماذا بعد عصر الإنترنت، المكتبة العالمية، بيروت، ص٢٣.
١٩. الفيصل، عبد الأمير. (٢٠٠٦). الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط١، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.
٢٠. القضاة، علي. (٢٠٠٨). الصحافة الأردنية واتفاقية السلام، دار كنوز للمعرفة العالمية للنشر والتوزيع، ط١، عمان، الأردن.
٢١. مكايي: حسن، السيد: ليلي، (١٩٩٨)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة .

٢٢. الموسى، عصام. (١٩٩٧). تطور الصحافة الأردنية (١٩٢٠-١٩٩٧)، ط١، دائرة المكتبة الوطنية، الأردن.

٢٣. الموسى، عصام. (٢٠٠٩). المدخل في الاتصال الجماهيري، ط٦، مطبعة الكتاني للنشر والتوزيع، عمان.

٢٤. نصر، حسني. (٢٠٠٣). الانترنت والإعلام. الصحافة الالكترونية، ط١، العين: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.  
الرسائل الجامعية:

١. الخطيب، أحمد، "الصحافة الورقية بين الاندثار والاستمرار: دراسة ميدانية تحليلية"، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ٢٠١١.  
٢. الرحباني، عبير. (٢٠٠٩). "استخدام الصحافة الالكترونية وانعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الشرق الأوسط عمان، الأردن.

٣. العنانزة، عزام ودرويش، عبد الرحيم. (٢٠٠٩). أنماط ودوافع تعرض طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك للصحف اليومية-الأردنية المطبوعة الصادرة باللغة العربية مقارنة بمواقعها على الإنترنت، رسالة ماجستير منشورة، مجلة سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة اليرموك، الأردن.

٤. العنزي، صالح (٢٠٠٧): إخراج للصحف الالكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الانترنت، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ص٤٠.



٥. المطيري، حماد. (٢٠١١). اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية: دراسة مقولنة، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

المجلات المحكمة والمؤتمرات:

١. غريب، سعيد. (٢٠٠١). الصحافة الإلكترونية والورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، مجلة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة المصرية للبحوث والإعلام، العدد ١٣، أكتوبر، ص ١٧٧-٢٢٢.

٢. خالد، نواف ومحمد، خليل. (٢٠١١). الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناشئة من نشاطها، مجلة الشريعة والقانون، العدد السادس والأربعون إبريل ٢٠١١، الموصل، العراق.

٣. شريم، أميمة. (١٩٨٤). الصحافة الأردنية وعلاقتها بقوانين المطبوعات والنشر (١٩٢٠-١٩٨٣)، ط١، عمان.

٤. عبود، أمال عبد الطيف. ٢٠١٢. استخدامات طلبة الجامعات العراقية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على الصحافة الورقية (كلية الإعلام - جامعة بغداد أنموذجاً)، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد ٢٠، العدد ٣، جامعة بغداد، العراق.

٥. عبيدات، شفيق وسكر، أحمد والزعبي، زياد. (٢٠٠٣). مسيرة الصحافة الأردنية (١٩٢٠-٢٠٠٠)، عمان.

٦. عبيدات، محمد. (٢٠٠٠). منهجية البحث العلمي: القواعد والتطبيقات، دار ورد، عمان.

٧. العتيبي، بندر. (٢٠٠٥). الصحافة الإلكترونية هل هي بديل للصحافة الورقية أم منافس،

مجلة العالم الرقمي، العدد ١٤٢، ١١ ديسمبر ٢٠٠٥، ص ١، منشور على الموقع الآتي:

<http://www.al-jazirah.com> تاريخ زيارة الموقع: ٢٠٠٩/١١/٨.

٨. نحاس، منال. (٢٠١٣). مستقبل الصحافة الورقية عن طريق الموقع

الإلكتروني: <http://alhayat.com/Opinion/Writers/345241>

المراجع الأجنبية:

Blumler, Jay & Elihu Katz (1974) **The Uses of Mass Communication.**

Beverly Hills, Cal., Sage Publications.

Hoefges, R. Michael (1998) "Taking It Back in Cyberspace",

**Newspaper Research Journal:19:3, pp. 95-109.**

Li, Xigen (1988) "Web Page Design and Graphic Use of Three U.S.

Newspapers", **Journalism & Mass Communication Quarterly,**

**Summer, pp. 353-365.**

Sanjit Kumar Roy (2007) **Internet uses and Gratifications structure,**

**ICFAI Journal of Management Research vol. 6. Issue 12, December**

**2007, P. 45.**

Singer, Jane B. (1997) "Changes and Consistencies: Newspaper

Journalists Contemplate Online Future", **Newspaper Research**

**Journal: 18: 1-2, pp. 2-18.**

Surgeon, General's Scientific Advisory Committee on Television and

Growing Up, (1972), **Report to the Surgeon General, U.S. public**

**Health Service, Washington, D.C. U.S. Government Printing Office,**

**1972.**

## الملاحق

## ملحق رقم (١)

### قائمة المحكمين

الاسم	الرتبة العلمية	التخصص
الدكتور محمود السماسيري	أستاذ مساعد	علاقات عامة
الدكتور عبد العزيز خراطة	أستاذ	علم اجتماع
الدكتور محمد الحوراني	أستاذ مشارك	علم اجتماع
الدكتور محمد بني سلامة	أستاذ مشارك	علوم سياسية
الدكتور زهير طاهات	أستاذ مساعد	صحافة

## ملحق (٢)

### الاستبانة بصورتها النهائية

جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

### نموذج لاستبانة

أخي المجيب/ أختي المجيبة:

يجري الباحث دراسة ميدانية بعنوان " أنماط ودوافع تعرض الجمهور للصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها على شبكة الانترنت "، كمتطلب أساسي لنيل درجة الماجستير في الإعلام من قسم الصحافة والإعلام ( كلية الصحافة والأعلام ) في جامعة اليرموك / إربد- الأردن، ويرجو منك التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الاستبانة بوضع إشارة ( X ) أمام الإجابة التي تتفق مع وجهة نظرك، مؤكداً أن كل البيانات والمعلومات التي سيتم للحصول عليها [سرية] ولن نستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكراً لكم حسن تعاونكم .

الباحث:

ربيع نليل ذيابات

## البيانات الشخصية

الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

العمر :

☐ ١٨ \_ ٢٢ سنة  
☐ من ٢٣ \_ إلى ٢٦ سنة  
☐ من ٢٧ \_ إلى ٣٠ سنة  
☐ من ٣١ سنة \_ فأكثر

المستوى التعليمي:

☐ ثانوية عامة فما دون  
☐ دبلوم  
☐ بكالوريوس  
☐ دراسات عليا

المهنة:

☐ طالب  
☐ أعمال حرة  
☐ موظف  
☐ لا أصل

المستوى الاقتصادي:

☐ منخفض  
☐ متوسط  
☐ مرتفع

امتلاك تلفون محمول متصل بالانترنت:

☐ نعم  
☐ لا

امتلاك جهاز حاسوب متصل بالانترنت :

☐ نعم  
☐ لا

إجادة تعامل مع الكمبيوتر:

☐ جيد  
☐ ضعيف  
☐ ٩٠٠ د فأكثر

الجزء الأول: مدى قراءة الصحف اليومية الورقية الأردنية مقارنة بمواقعها.

س ١ : هل تقوم بقراءة الصحف ؟

☐ الاثنان معاً

☐ الصحف اليومية الورقية فقط

☐ مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت فقط

س ٢: ما هي الصحف التي تقوم بقراءتها؟

للصحيفة	للصحيفة الورقية	للصحيفة الالكترونية
الرأي		
العمّور		
الغد		
للعرب اليوم		
الديار		
الأنباط		

س ٣: لمن يقرأ النسخة الورقية، ما مدى انتظامك في شراء الصحف اليومية؟

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ مطلقاً

س ٤: لمن يقرأ الصحف الورقية والالكترونية، ما مدى تأثير الاعتياد بزيارة مواقع الصحف على شرائك لصحف اليومية الورقية؟

☐ لا، أشتريها كما كنت قبل اعتياد زيارة المواقع

☐ نعم، أشتريها كما كنت قبل اعتياد زيارة المواقع

س ٥: من يقوم بشراء الصحف اليومية الورقية (يمكنك اختيار أكثر من بديل)؟

☐ أنا أقوم بشرائها

☐ يشتريها أحد أفراد الأسرة

☐ يشتريها أحد الأصدقاء

☐ لا، أشتريها وإنما أقرأها من المكتبة

## الجزء الثاني: لمن يقرأ الصحف الورقية

س٦: ما مدى المواظبة على قراءة هذه الصحف اليومية خلال أيام الأسبوع؟

- ☐ مرة أو مرتين أسبوعياً
- ☐ ثلاث أو أربع مرات أسبوعياً
- ☐ من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً
- ☐ أخرى أنكرها (.....)

( لمن يتصفح مواقع الصحف اليومية )

س٧: ما عدد مرات تصفحك لهذه المواقع خلال أيام الأسبوع؟

- ☐ مرة أو مرتين أسبوعياً
- ☐ ثلاث أو أربع مرات أسبوعياً
- ☐ من خمس إلى سبع مرات أسبوعياً
- ☐ أخرى أنكرها (.....)

( لمن يقرأ الصحف الورقية )

س٨: ما مدى انتظامك في قراءة هذه الصحف ؟

- ☐ دائماً
- ☐ أحياناً
- ☐ نادراً

( لمن يتصفح مواقع الصحف اليومية )

س٩: ما مدى الانتظام في تصفح هذه المواقع ؟

- ☐ دائماً
- ☐ أحياناً
- ☐ نادراً

( لمن يزور مواقع الصحف اليومية الأردنية )

س١٠: منذ متى بدأت بزيارة مواقع هذه الصحف ؟

- ☐ منذ أقل من عام
- ☐ منذ سنة أو سنتين
- ☐ منذ ثلاث أو أربع سنوات
- ☐ منذ خمس سنوات فأكثر
- ☐ أخرى أنكرها (.....)



( لمن يتصفح مواقع الصحف على الانترنت، أجب على الأسئلة التالية: (١١، ١٢، ١٣، ١٤، ١٧)

س ١١: ما الأسباب التي تجذبك لزيارة مواقع الصحف على الإنترنت؟

مطلقاً	إلى حد ما	إلى حد كبير	الأسباب
			لا تكلفني كثيراً مثل شراء الصحف
			يمكن قراءة أكثر من صحيفة يومية
			الحصول على أحداث الأخبار ومتابعة الأحداث الجديدة
			التفاعل بإرسال رسائل والتعليق
			تخزين الأخبار والمقالات على الكمبيوتر وقراءتها فيما بعد
			تفضيل التعامل مع الكمبيوتر على التعامل مع الصحف
			توفر عنصر الصوت والحركة في المواقع

س ١٢: ما الموضوعات التي تهتم بمتابعتها على هذه المواقع ؟

- ☐ السياسة
- ☐ الرياضة
- ☐ الألب
- ☐ الأعلام والمسرحيات
- ☐ الاقتصادية
- ☐ الحوادث والجرائم

س ١٣: ما أسباب عدم قرأتك لصحف الورقية ؟

- ☐ ليس لدي وقت
- ☐ الجرائد مرتفعة الثمن
- ☐ لا أصدق ما ينشر فيها
- ☐ أفضل الحصول على الأخبار من الراديو والتلفزيون
- ☐ أفضل قراءتها على الانترنت

س ١٤: ما الاشباكات المتحققة من خلال تصفح مواقع الصحف على شبكة الانترنت؟

الاشباكات	دائماً	أحياناً	مطلقاً
معرفة آخر الأحداث والتطورات			
تكوين رأي عن القضايا			
الشعور بالأمان من خلال المعرفة			
تعزيز الآراء السياسية			
اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث			
تبني رأي من يعجبني في الآراء والتحليل			
تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين			
تسهيل التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء			
من أجل التسلية والهروب من الواجبات			
من أجل الاستمتاع			
ملء وقت الفراغ			

لمن يقرأ الصحف في نسختها الورقية أجب على الأسئلة التالية: (١٥، ١٦، ١٧)

س ١٥: ما الاشباكات المتحققة من خلال قراءة الصحف الورقية؟

الاشباكات	دائماً	أحياناً	مطلقاً
معرفة آخر الأحداث والتطورات			
تكوين رأي عن القضايا			
الشعور بالأمان من خلال المعرفة			
تعزيز الآراء السياسية			
اكتساب رؤية ومهارة وتحليل الأحداث			
تبني رأي من يعجبني في الآراء والتحليل			
تعتبر المادة الإخبارية أساساً للتفاعل مع الآخرين			
تسهيل التواصل الاجتماعي مع الأهل والأصدقاء			
من أجل التسلية والهروب من الواجبات			
من أجل الاستمتاع			
ملء وقت الفراغ			

س١٦: ما أسباب عدم قراءتك للصحف على مواقعها الإلكترونية ؟

- ☐ لا أجد استعمال الإنترنت
- ☐ أفضل ملمس الورق عند القراءة
- ☐ تعودت على قراءة الصحف الورقية بشكل دائم

س١٧: في حال وقوع أزمة أو حدث طارئ، من أين تفضل الحصول على معلومات عن ذلك؟

مكان الحصول على المعلومة	دائماً	أحياناً	مطلقاً
الصحف المطبوعة			
مواقع الصحف على الإنترنت			
كلاهما معاً			